

A segunda edição da Revista Estudos de Jornalismo abre com o artigo de **Suzana Cavaco** intitulado **“Jornalismo: moral profissional em tempo de censura”** em que a autora contextualiza o Projeto de código deontológico de 1972 e analisa os impedimentos legais à deontologia dos jornalistas nos últimos anos do Estado Novo.

A reflexão deontológica da atividade do jornalismo despertou em Portugal, em meados dos anos 60, escreve a investigadora, quando uma nova geração entrou nas redações. Uma geração menos subserviente em relação ao poder político e económico e mais sensível às questões deontológicas. O interesse tardio sobre a deontologia profissional, enquanto instrumento de autorregulação, reflete a falta de tradição de uma cultura de autonomia no jornalismo com consequências não só para o exercício da profissão, mas também para a expressão da cidadania.

**Fernando Zamith** escreve sobre o ‘jornalismo cidadão’ revendo os conceitos de jornalista e jornalismo participativo e propõe um quadro de análise para medir a participação dos cidadãos nos sites noticiosos. A conclusão deste estudo está refletida no título do artigo: **Prós e contras de andar à boleia – quando o cidadão comum parece jornalista**. Ao analisar 10 cibermeios internacionais o autor conclui que a intervenção dos visitantes dos sites contribui para a maior ou menor visibilidade dos conteúdos noticiosos e que algumas *homepage* têm em conta as notícias mais selecionadas pelos leitores. Mas os conteúdos exclusivamente produzidos pelos cidadãos são poucos, ou seja, em termos de participação ainda se está longe o ‘ideário (utópico?)’ do jornalismo participativo.

Ariane Parente Paiva aborda o conceito de interatividade como valor indispensável à perspetiva para um novo sentido e uma nova condição da relação jornais-leitores no artigo **A interatividade no jornalismo online para o conteúdo das notícias - O perfil interativo dos jornais de língua portuguesa. Folha de São Paulo (Brasil) e Público (Portugal)**. A autora faz uma análise do perfil interativo dos dois jornais e ouve alguns dos seus jornalistas sobre a interatividade com os leitores. Os profissionais consultados consideram que o jornalismo *online* melhorou a comunicação entre *media* e público, mas muitos ainda vêem o leitor como alguém que ‘atrapalha mais do que ajuda’ no processo de produção das notícias, por isso, a investigadora conclui que não é explorado o relacionamento interativo com o leitor.

**Jorge Kanehide Ijuim** olha para os estereótipos na imprensa brasileira nomeadamente a do indígena, da prostituta, do migrante ou do pobre. O investigador pretende constatar como o Pensamento Abissal opera na formulação de estereótipos e a manutenção de preconceitos através da imprensa, o que contribui para a deslegitimação de grupos sociais.

No artigo **Imprensa e preconceito: O pensamento abissal nos meios de comunicação e a deslegitimação de grupos sociais**, o autor analisa um conjunto de reportagens e conclui que a imprensa brasileira estabelece distinções e classificações de modo a promover discriminações.

## Índice

<b>Apresentação</b>	<b>1</b>
<b>Jornalismo: moral profissional em tempo de censura</b>	<b>4</b>
Suzana Cavaco	
<b>Prós e contras de andar à boleia: quando o cidadão comum parece jornalista</b>	<b>19</b>
Fernando Zamith	
<b>A interactividade no jornalismo online para o conteúdo das notícias: O perfil interactivo dos jornais de língua portuguesa Folha de São Paulo (Brasil) e Público (Portugal)</b>	<b>36</b>
Ariane Parente Paiva	
<b>Imprensa e preconceito: O pensamento abissal nos meios de comunicação e a deslegitimação de grupos sociais</b>	<b>48</b>
Jorge Kanehide	
<b>Ficha Técnica</b>	<b>61</b>

## **Jornalismo: moral profissional em tempo de censura**

**Suzana Cavaco** (Universidade do Porto)

[scavaco@scavaco.com](mailto:scavaco@scavaco.com)

### **Resumo**

Os jornalistas portugueses tiveram de esperar pela democracia pluralista para ver aprovado o seu primeiro código deontológico, enquanto instrumento de autorregulação. Esta moral profissional foi instituída em Portugal em 1976, décadas depois do surgimento de códigos deontológicos no jornalismo e do impulso que tiveram no fim da Segunda Guerra Mundial. O atraso pode ser explicado pelas restrições à liberdade de imprensa impostas pelo autodenominado Estado Novo, que vigorou em Portugal por quase meio século. Os silêncios impostos à produção jornalística pelos serviços de censura não se limitavam a assuntos de ordem pública ou de segurança nacional e, resultaram em arbitrariedades que impediam ou limitavam o exercício jornalístico. Este artigo analisa os impedimentos legais à deontologia dos jornalistas, nos últimos anos do Estado Novo. Explora o conceito de deontologia, ao questionar se durante o regime autoritário houve espaço para uma moral profissional autodefinida e autoassumida (em que o jornalista pudesse decidir voluntariamente e em responsabilidade) e/ou idealizada. Contextualiza o Projeto de código deontológico, de 1972 na deontologia supranacional e na deontologia de vários países. Compara esse Projeto com o Código aprovado em 1976. Este estudo visa compreender a dimensão da moral profissional na produção jornalística, sob o regime de censura, nos últimos anos do Estado Novo.

**Palavras-chave:** Jornalismo, Deontologia, Autorregulação, Estado Novo

### **Abstract**

Portuguese journalists had to wait until pluralist democracy to see their first deontological code adopted, as an instrument of self-regulation. This professional moral was established in Portugal in 1976, decades after the emergence of deontological codes in journalism and the boost after the end of World War Two. The delay can be explained by the restrictions on freedom press imposed by the self-entitled New State that ruled Portugal for nearly half a century. The silences imposed upon the journalistic production by censorship services were not confined to matters of public policy or national security and, resulted in arbitrariness, which prevented or limited the practice of journalism. This paper analyses the legal impediments to the ethics of journalists during the last years of the New State. It explores the concept of deontology, by questionings whether there was space for a self-defined and self-assumed and/or an idealized professional moral (i.e., the journalist could decide voluntarily and responsibility) during the authoritarian regime. It contextualizes the Proposal for deontological

code, from 1972, in the supranational ethics and deontology of various countries. It compares this Proposal with the Code enacted in 1976. This study aims to understand the dimension of professional moral in journalistic output, under the censorship regime, during the last years of the New State.

**Keywords:** Journalism, Deontology, Self-regulation, New State

A história da atividade media em Portugal, à semelhança de outros países do Sul da Europa, é marcada por uma forte intervenção do Estado (Hallin et al., 2010). No século XX, durante quase meio século, o regime autoritário autodenominado de Estado Novo, deposto em Abril de 1974, constrangeu de forma tão ostensiva quanto oculta a produção jornalística, inibindo-a e impossibilitando-a de satisfazer as necessidades informativas do público, quer na sua dimensão de cidadão quer enquanto consumidor (Cavaco, 2012b). Atrofiadas pelo regime de censura, as empresas jornalísticas não conseguiram conquistar os índices de leitura alcançados no Norte e Centro da Europa. O Estado, ao desempenhar o papel de censor, interrompeu o desenvolvimento do jornalismo como profissão (Hallin et al., 2010). Com isso, por um lado, enfraqueceu a autorregulação e autonomia dos jornalistas; e, por outro, desincentivou os mecanismos de responsabilização dos media (*accountability*), enquanto expressão de cidadania. Muitos dos prejuízos causados não se dissiparam com a implantação da democracia. Para Agee e Traquina (1984), os órgãos de comunicação social no Portugal pós-revolucionários constituam um “quarto poder frustrado”.

Propomo-nos analisar os impedimentos legais que se colocavam, nos últimos anos do Estado Novo, à deontologia dos jornalistas, entendida como uma “moral profissional” enquanto conjunto de deveres (para além dos legais) e regras de conduta que a si mesmos se impõem os profissionais de um determinado sector de atividade (Fidalgo, 2009, 168).

Para Bertrand (2002, 15 e 21), a “deontologia só pode ser seriamente considerada, onde exista liberdade de expressão, uma certa prosperidade dos media e jornalistas competentes, orgulhosos do exercício da sua profissão”, porque a “a deontologia não se pode desenvolver a não ser que os *media* sejam livres”. Ainda que a democracia seja o “território” adequado à deontologia, levantamos a questão: Durante o regime autoritário houve espaço para uma moral profissional assumida (em que o jornalista pudesse decidir voluntariamente e em responsabilidade) e/ou idealizada? A questão assenta nas seguintes premissas: A) o processo de construção da profissão de jornalista é “uma construção permanentemente situada e datada” e “um produto simultaneamente daquilo que os jornalistas (...) quiserem que fosse, e daquilo que as estruturas sociais com que eles interagem permitiram que ela fosse” (Fidalgo, 2009, 446); não podendo a deontologia, mesmo em democracia, ser considerada “como a expressão da pura vontade dos seus profissionais”, por ser influenciada pelos contextos políticos, económicos, sociais e culturais em que se insere o grupo-sócio profissional (Camponez, 2011, 289); e B) os códigos de conduta profissional são enunciações de um *dever*

ser que nem sempre corresponde ao que é praticado (McQuail, 2003, 153). Além disso, há testemunhos que afirmam a existência, durante o regime repressivo, de “ótimos” jornalistas, mesmo que “alinhados” com a situação política (Cavaco, 2012b, 35)

A formalização da moral profissional dos jornalistas em Portugal não se enquadrava apenas no âmbito da autodisciplina, pelo que estudamos: o *Projeto do Código de Deontologia Profissional do Jornalista* de 1972; os Estatutos do Sindicato Nacional dos Jornalistas; os Contratos Coletivos de Trabalho celebrados entre o Grémio Nacional da Imprensa Diária e o Sindicato Nacional dos Jornalistas; e a legislação sobre os media.

Neste estudo, servimo-nos da *Declaração de Bordéus* e da *Declaração de Munique* que se destacavam enquanto instrumentos de autorregulação supranacionais. No âmbito dos códigos de conduta nacionais, salientamos a *Charte des devoirs professionnels des journalistes français* por ser “um dos primeiros códigos adotados pelos próprios jornalistas e que viria posteriormente a exercer enorme influência no continente europeu” (Aznar, 2005, 32). Aprovada pelo Sindicato Nacional de Jornalistas de França, em 1918 e revista em 1938, essa “Carta” era uma referência positiva em Portugal (Carvalho, 1971, 17). O estudo de Barroso Asenjo dos conceitos morais evocados em códigos deontológicos de todo o mundo (1980) serve aqui de base de comparação; ainda que existam semelhanças que quando analisadas mais profundamente se mostrem falsas convergências (Asenjo, 1984; MacBride, 1980).

Sendo a deontologia “muitas vezes uma tradição não escrita que determina, por consenso, o que ‘se faz’ e o que ‘não se faz’” (Bertrand, 2002, 34), servimo-nos de memórias recolhidas por Correia e Baptista (2007) e por Cavaco (2012b) para procurar compreender em que medida o exercício da atividade estava em consonância com os preceitos deontológicos codificados em 1972.

## **Silêncios e distorções**

Marcello Caetano, que governou Portugal no fim do Estado Novo, entre 1968 e 1974, imputava responsabilidades à imprensa pela agitação social e política da I República, acusando-a de, sem quaisquer limitações, ter incitado à revolta e exacerbado os ódios (Caetano, 1969, 138-139). Durante a sua governação, a censura (denominada de exame prévio por Decreto-Lei 150/72), sofreu oscilações, ainda que menos apertada do que no tempo de Salazar: após uma abertura inicial, foi refreada em 1970, havendo fases mais liberalizantes e outras de maior endurecimento<sup>1</sup>. A guerra em África servia para justificar a não dispensa da censura, no sentido de que seria uma “imprudência” ou uma “leviandade” levantar as restrições à liberdade de imprensa quando se estava “a braços com uma guerra subversiva, em que (...) a arma psicológica é das mais importantes” (Caetano em entrevista ao *Diário de Notícias*, em Outubro de 1969). O problema ultramarino era um tema interdito, exceto se fosse de aprovação à política governamental. Porém, os silêncios impostos pelos serviços de

---

<sup>1</sup> Questionário da entrevista solicitada ao presidente do Conselho por Francisco Pinto Balsemão, a 11-4-1974, in Arquivo Marcello Caetano (Arquivo Nacional Torre do Tombo):AMC, cx.13, PRESIDENTE DO CONSELHO, Correspondência, nº 20, anexo 1.

censura não se limitavam a assuntos de segurança nacional, pois o Estado Novo incumbia-se no papel não só de promover como de vigiar a moral que preconizava.

O *Estatuto da Imprensa* de 1972 (Decreto-Lei 150/72) reafirmou o que fora estabelecido em 1931 durante a ditadura militar, ao proibir, entre outros, a descrição pormenorizada e sensacionalista de casos de vadiagem, libertinagem, uso de estupefacientes, suicídio e crimes violentos. Também não se permitia a publicação de “extratos de processos sobre o estado e a capacidade das pessoas ou referentes a crimes contra a honestidade, e ultraje à moral pública, de aborto ou de difamação ou injúria”. A alínea d) do art. 14º do *Estatuto da Imprensa* abria a porta à discricionariedade ao proibir-se a publicação de escritos ou imagens que constituíssem “propostas criminosas ou imorais”, não especificando o que se entendia por imoral.

Na prática, greves, manifestações antigovernamentais e crises universitárias eram temas silenciados (Carvalho et al., 1971, 243). Também não se podiam publicar situações ou acontecimentos internacionais, que pudessem ser censurados caso ocorressem em Portugal, exceto se essa informação constituísse fator de desprestígio para um regime oposto ao português. A censura aprovava “ofensas ilícitas da dignidade alheia na linguagem mais desbragada”, se os visados não gozassem da proteção ou da simpatia de quem manda (Moura, 1968, 52). Em contrapartida, os literatos de confiança eram elogiados e evitada a crítica negativa. “Era a regra do *apartheid* intelectual”, nas palavras de José Cardoso Pires (1999, 191).

Explorar *fait-divers* e futebol, em detrimento de questões políticas e económicas, foi a opção escolhida pelo jornal *A Capital* para lidar com a censura. Outros preferiam “escrever nas entrelinhas”, numa espécie de luta entre gato e rato. Outros rendiam-se à “virtude” ambicionada pelo regime: a autocensura. Para Raul Rego, o que a Censura não cortava era “amputação muito mais importante e violenta para o pensamento” e “para a informação do público português”, do que aquilo que era cortado pela Censura (in II Congresso Republicano de Aveiro, 1969).

A censura prévia tendia a legitimar uma notícia, independentemente da sua confirmação (Roby Amorim in Correia et al., 2007), resultando no apagamento de responsabilidades:

“Um jornal censurado é o símbolo da irresponsabilidade colectiva. O censor não é responsável, porque é anónimo e não o fez. O jornalista e o jornal (empresa) não são responsáveis, porque ‘se não fosse a Censura’ escreveriam ou fariam o jornal de modo diverso. (...) um jornalismo responsável não pode ser senão um jornalismo livre.” (Salgado Zenha in Moura, 1968, 86)

Todavia, há quem assevere que havia o cuidado de se confirmar a informação e que um “desmentido” era considerado “uma vergonha” (cf. testemunhos de Marques Pinto e de Joaquim Letria in Correia et al., 2007).

Seja como for, um dos argumentos do regime autoritário para justificar a manutenção da censura/exame prévio era a necessidade de se fazer uma “reeducação progressiva” dos jornalistas, das fontes de informação e do povo:

“Quase meio século de regime de censura desabitua os jornalistas do sentimento das responsabilidades, a começar pelos directores dos jornais que comodamente descarregavam sobre os censores o encargo de dizerem se um texto devia ou podia ser publicado. Desabitua também a Administração Pública das críticas e do esclarecimento oportuno da opinião. Os próprios leitores haviam perdido o critério para apreciar os jornais e a matéria neles inserta.”(Caetano,1974, 72).

Ou seja, os efeitos nefastos da censura – que conduziu o país a uma imaturidade cívica e a incompetências informativas – serviam de pretexto para o regime manter a censura.

### **Normas de âmbito disciplinar e autodisciplinar antes de Abril de 1974**

O mais antigo código deontológico conhecido é americano e data de 1910. Após a 1ª Conferência Internacional de Imprensa em 1915 recomendar aos jornalistas de cada país a elaboração do seu código deontológico, vários países europeus viram nascer os seus primeiros códigos: França em 1918, na Suécia em 1923, Finlândia em 1924, Noruega em 1936, e Inglaterra em 1938, por exemplo. Com o fim da II Guerra Mundial, e com o reconhecimento da informação como um dos direitos humanos fundamentais pela Declaração dos Direitos do Homem de 1948, a deontologia sofreu um novo impulso, estendendo-se a outros continentes. Em termos supranacionais, a mais antiga iniciativa surgiu nos EUA em 1926. Apareceram depois outros códigos, como a *Declaração de Munique* (ou *Declaração dos Deveres e Direitos dos Jornalistas*) que foi aprovada, em 1971, por representantes dos sindicatos e federações de jornalistas dos 6 países membros da Comunidade Económica Europeia (CEE). No entanto (em 1954), a Federação Internacional dos Jornalistas, adotou a *Declaração de Princípios na Conduta dos Jornalistas*, conhecida por *Declaração de Bordéus*, que veio a ter grande influência na elaboração de diversos códigos nacionais, nomeadamente em Portugal. Em 1973, a UNESCO propôs-se integrar os códigos deontológicos numa sintetize que servisse de guia mundial; uma tarefa que contará com a participação de organizações supranacionais, nacionais e regionais representativas de cerca de 400 mil jornalistas e que culminará na *Declaração de Princípios* de 1983.

Em Portugal, foi só em 1976, com o acalmar do período revolucionário que depôs o regime repressivo, que a moral profissional dos jornalistas foi instituída em sede de autorregulação, isto é, enquanto obra dos próprios profissionais que autodefinem e autodisciplinam as regras de funcionamento da atividade, equilibrando liberdade com responsabilidade. No entanto, podemos encontrar normas formais de âmbito disciplinar antes de Abril de 1974.

Constituído em 1934 enquanto organismo corporativo do Estado Novo, o Sindicato Nacional dos Jornalistas tinha como um dos seus fins fazer observar as regras deontológicas da profissão definidas num Código, que deveria ser elaborado “e posto em vigor, após a



sanção do Governo”. Revistos os Estatutos em 1962, as atribuições deste Sindicato passavam pela “defesa da independência e da liberdade”, mas “dentro” da Lei e “do respeito pelas conveniências nacionais”.

Em Julho de 1971 – antes da Lei de Imprensa (Lei 5/71 de 5 de Novembro) e do Estatuto da Imprensa (Decreto-Lei 150/72 de 5 de Maio) – o Sindicato dos Jornalistas nomeou uma comissão – constituída pelos jornalistas Manuel da Silva Costa, Afonso Praça, Alfredo Barroso, Fernando Assis Pacheco e Luís Salgado de Matos – para elaborar o *Projeto do Código de Deontologia Profissional do Jornalista* (adiante designado apenas de *Projeto*). Em 1972, o *Projeto* foi aprovado pela direção do Sindicato. O *Regime de Exercício da Atividade de Jornalista* – elaborado pela direção do Sindicato para ser presente à Assembleia Geral em conjunto com o *Projeto* – estabelecia a obrigatoriedade da observância do Código de Deontologia Profissional do Jornalista. Mas, o *Projeto* “não chegou a ser votado”, tendo sido “aprovada uma moção que considerava não existirem condições para aprovar um código deontológico enquanto não fosse abolida a censura”<sup>2</sup>. Aliás, o próprio *Projeto* fazia antever essa inviabilidade: ao reconhecer que “a deontologia profissional pressupõe a responsabilidade do jornalista, a qual só existe quando e onde existir liberdade” (preâmbulo); ao estipular que o jornalista devia negar-se a trabalhar em condições incompatíveis com a sua honra e dignidade (art. 22º); ao afirmar que a observância dos direitos e dos deveres profissionais consignados nesse Código não poderia fundamentar despedimento nem sanção contra o jornalista (art. 25º). Mesmo sem liberdade de imprensa, a Comissão do Código Deontológico não se coibiu de elaborar um código deontológico ideal. Considerava que a complexidade e importância do jornalista no processo informativo impunham a codificação das regras deontológicas “aceites como direitos e deveres consuetudinários ou intuídos pelas consciências profissionais mais esclarecidas” (preâmbulo do *Projeto*).

O *Projeto* era composto por 32 pontos/artigos antecidos por um preâmbulo e dispostos por dois capítulos. No segundo, dedicado às “garantias dos deveres e dos direitos”, previa-se penas em caso de infração do Código pelos jornalistas, que iam da advertência à demissão com cassação definitiva da Carteira Profissional e expulsão do Sindicato Nacional dos Jornalistas.

O primeiro artigo do *Projeto* incidia sobre um conceito consensual em códigos supranacionais e em 100% dos 50 códigos deontológicos de vários países analisados por Barroso Asenjo (1980): o conceito “verdade, objetividade, exatidão”. Afirmava-se no *Projeto* o dever do jornalista em “respeitar escrupulosamente o direito do público à informação verdadeira e objetiva” e que tal implicava os deveres: de verificar os factos, inteirando-se das circunstâncias (art. 1º); de obter a totalidade dos elementos que o jornalista julgasse indispensáveis para levar ao conhecimento do público (art. 5º); e de exigir, dentro dos limites da lei, o acesso às fontes de informação (art. 5º).

---

<sup>2</sup> Informação obtida junto do Sindicato dos Jornalistas, a 28-02-2012.

Na prática, a censura impedia o direito fundamental do público à informação, pois não concedia ao jornalista o direito de informar em liberdade e em verdade. Um exemplo: a partir de 1972, passou a ser proibido um jornal informar que aquela edição fora “visada pela censura”. As razões da censura “nem sempre eram óbvias” (Balsemão, 2009, 8). No *Expresso*, criou-se o hábito de discutir com os responsáveis dos serviços da censura, pois a decisão de corte variava de censor para censor, conforme percebesse ou suspeitasse de insinuação que pudesse suscetibilizar personalidades ou instituições do regime (Cavaco, 2012a, 19). Contudo, os impedimentos não provinham apenas dos serviços de censura. O acesso à informação chegou a ser barrado aos jornalistas por um membro do governo “por não lhes reconhecer competência” para “uma reportagem muito difícil” (Carvalho, 1971, 12).

O *Projeto* afirmava ser dever do jornalista coibir-se de assinar um texto caso fosse impedido de utilizar dados essenciais à matéria em causa (art. 4º). Este preceito, que constituía uma resposta às restrições e cortes da censura, salvaguardava o bom nome do jornalista e inibia que a sua credibilidade fosse usurpada.

A confirmação da informação era a regra; a exceção apenas possível se o interesse público “iniludivelmente” o impusesse, devendo-se nesse caso fazer referência expressa da sua natureza *dubidativa* (art. 13º). A correção dos erros e o respeito pelo direito de resposta estavam previstos no art. 9º.

O direito do público à informação estava sujeito aos limites de invasão da vida privada. Mas admitia-se exceção em caso de interesse público: “O jornalista deve evitar interferir na vida privada de qualquer cidadão, salvo quando ela tivesse repercussão pública ou quando essa prática se impuser por motivos relevantes de interesse público” (art. 11º).

Na busca da informação, o jornalista devia recusar-se a utilizar “métodos desleais e indignos”, designadamente chantagem (art 2º). Devia revelar a sua identidade antes de recolher declarações e abster-se de publicar qualquer entrevista contra a vontade expressa do entrevistado (art. 10º). Ainda no que respeita ao relacionamento com as fontes, o *Projeto* de 1972 – ano em que o “jornalismo de investigação” praticado pelos jovens jornalistas americanos Bob Woodward e Carl Bernstein, no escândalo watergate, se tornou paradigmático – indicava:

“O jornalista deve guardar discrição e respeito pelos compromissos, tácitos ou expressos, assumidos para com as fontes de informação, cumprindo-lhe o dever do sigilo profissional, de que só pode ser desobrigado mediante decisão dos órgãos incumbidos de velar pela apreciação deste Código, e assistindo-lhe o respetivo direito nos termos da lei.” (art. 4º)

Em matéria de deontologia profissional, o jornalista tinha o dever de reconhecer “apenas (...) a jurisdição dos seus pares, sem prejuízo dos recursos legais” (art 23º). Neste ponto, a *Declaração de Bordéus* e a *Declaração de Munique* acrescentam o dever de recusar “todo o tipo de ingerência governamental ou outras”. Na delimitação do campo de liberdade jornalística relativamente à ordem jurídica, a *Carta dos deveres profissionais dos jornalistas franceses* era vanguardista, ao reconhecer “a jurisdição dos pares como a única soberana em

assuntos de honra profissional”; ou seja o “segredo profissional”, por exemplo, era um assunto da competência exclusiva da classe.

Seja como for, já no Contrato Coletivo de Trabalho de 1951, apontavam-se como deveres do jornalista “Guardar sigilo e compostura em todos os atos que se liguem com a sua vida profissional” (norma reafirmada em 1966 e em 1971). Pelo Contrato Coletivo de 1971, a entidade patronal passou a ter como dever: “Não exigir dos jornalistas que revelem as fontes das suas informações quando essa revelação possa envolver prejuízo para os seus informadores”.

O *Projeto* especificava as seguintes exigências morais na relação do jornalismo com o campo judicial: evitar a divulgação de informações ou comentários que possam prejudicar a ação livre e independente dos Tribunais (art. 14º); salvaguardar a presunção da inocência dos arguidos até a sentença transitar em julgado (art. 14º); defender a igualdade de tratamento, ouvindo as partes com interesses atendíveis em qualquer caso de litígio, discussão ou pleito judicial (art. 15º); e não discriminar. Acerca deste último, lê-se no *Projeto*:

“O jornalista deve furtar-se a especulações sobre a raça, nacionalidade, opiniões políticas, crença religiosa, ocupação profissional ou hábitos pessoais de qualquer suspeito, detido, acusado ou condenado, ou de qualquer pessoa que por um ou vários desses factos possa vir a ser objeto de reprovação pública.” (art. 17º)

Não incitar ao crime e ao suicídio era outro dos deveres do jornalista: “O jornalista deve evitar a descrição pormenorizada de atos violentos, sobretudo quando considerar que ela pode contribuir para estimular a prática de crimes e suicídios” (art 16º).

A palavra “sensacionalismo” não constava no *Projeto*, mas fazia-se-lhe referência indiretamente, no sentido de o rejeitar. Por exemplo, era dever do jornalista recusar-se a redigir títulos, subtítulos, legendas ou resumos que não correspondessem ao conteúdo das informações, por excesso, contradição ou distorção (art. 8º). Mentira, acusação sem provas, difamação, injúria, e viciação de documentos eram tidos por “atos que infringem gravemente a ética profissional” (art. 6º). O plágio também (art. 6º).

Quanto à integridade do jornalista, o *Projeto* afirmava como deveres do jornalista: recusar-se a aceitar alguma vantagem, retribuição ou recompensa de carácter patrimonial para publicar, distorcer ou sonegar total ou parcialmente uma informação (art 2º); recusar-se a elaborar qualquer matéria de carácter publicitário cuja publicação ofenda o direito do público à informação verdadeira e objetiva (art. 12º); não iludir em nenhum caso a boa-fé das pessoas (art. 1º). Em 1966, o Contrato Coletivo de Trabalho passara a incluir no capítulo “disciplina [do jornalista]” o dever de “não exercer quaisquer atividades que prejudiquem a dignidade da profissão ou o jornal em que presta serviço, (...) nomeadamente as de angariador de publicidade”.

Quanto à dignidade e solidariedade profissional, o *Projeto* afirmava ser dever do jornalista: recusar-se, sem exceções, a trabalhar em condições monetárias que resultem em

concorrência desleal (art. 21º); evitar todos os procedimentos que signifiquem falta de respeito para com os outros profissionais” (art. 21º); recusar-se a obstruir o acesso à informação a outro ou outros jornalistas com o propósito de garantir para si um eventual exclusivo (art.2º); prestar concurso ativo à defesa institucional dos interesses profissionais, da deontologia, da valorização da profissão e da liberdade de expressão” (art. 24º).

Relativamente à cláusula de consciência e ao direito do jornalista expressar a sua opinião/ideologia, o *Projeto* apontava como deveres do jornalista: basear os seus comentários no princípio da liberdade de opinião e nos ditames da sua própria consciência, inspirando-se sempre na verdade dos factos (art. 19º) e distinguindo, de forma clara para o público, a notícia do comentário (art 7º). Já pelo Contrato Coletivo de 1971, a entidade patronal passara a ter como dever: “Não obrigar o jornalista a emitir opiniões que estejam em conflito aberto com as suas ideias políticas ou religiosas”.

Indo ao encontro do conceito de responsabilidade social dos media que emergiu com o fim da II Guerra mundial, o *Projeto* atribuía ao jornalista o dever de esforçar-se por contribuir para a formação da consciência cívica e da personalidade moral dos seus concidadãos, bem como para o desenvolvimento da cultura e da capacidade crítica do povo português (art.18º).

### **Consonâncias, omissões e vivências**

O *Projeto* de 1972, elaborado pela Comissão do Código Deontológico, estava em consonância com os códigos supranacionais. Nele se incluía a maioria dos conceitos com mais expressão (frequência  $\geq$  10%) nos 50 códigos deontológicos nacionais de cinco continentes (21 da Europa, 11 da América, 10 da Ásia, 6 de África e 2 da Oceania), analisados por Asenjo (1980). Incorporava no todo ou em parte, direta ou indiretamente, os seguintes conceitos agrupados por Asenjo: verdade, objetividade, exatidão (que ocorriam em 100% dos códigos); segredo profissional (82%); integridade (76%); recusar a calúnia, difamação ou plágio (62%); dignidade profissional, lealdade à empresa e colegas (60%); correção dos erros e direito de resposta (60%); respeito pela intimidade e vida privada (52%); defesa da liberdade de informação (52%); servir o bem comum (46%); igualdade de tratamento (38%); utilização de meios justos e honestos para obter notícias, fotos e documentos (38%); recusar fazer publicidade e propaganda (36%); responsabilidade (34%); obrigatoriedade das normas éticas (32%); aceitar a responsabilidade dos seus escritos (30%); correspondência entre títulos e conteúdo dos artigos (22%); solidariedade profissional e espírito de corpo (20%); não incitar à violência, crimes ou roubo (20%); direitos de autor e menção da fonte (18%); distinguir notícia do comentário (16%); relatos sobre crimes e suicídios (16%); cláusula de consciência (16%); rejeitar o sensacionalismo (16%); comprovar a verdade, se possível, das fontes de informação (16%); direito a um salário digno e dedicação completa (14%); recusar expressões vulgares, falsas declarações e imputações maliciosas (14%); leis disciplinares jornalísticas (12%); direito do jornalista de expressar a sua ideologia (10%); dever do jornalista em respeitar a liberdade própria e alheia (10%); dever dos jornalistas em servir a justiça social, direitos humanos, paz (10%).

Destes conceitos que acabamos de referir, o *Projeto* de 1972 não incluía o dever de lealdade à empresa nem o dever de dedicação completa. Esta é uma questão interessante atendendo a que, nessa altura, (ainda) era frequente o duplo emprego no jornalismo em Portugal, havendo quem trabalhasse em mais do que um órgão de comunicação social ou acumulasse (de forma visível ou oculta) o exercício do jornalismo com atividades geralmente consideradas incompatíveis, como publicidade e assessoria de comunicação em entidades públicas ou privadas. Era comum o jornalismo prestar-se a apoiar e promover a situação política, em moldes que contrariavam os princípios de moral profissional que se afirmavam dentro da organização e/ou publicamente (Cavaco, 2012b). Um exemplo: a agência de notícias *Lusitânia* (1945-1974) distribuiu em Janeiro de 1945 “um artigo simpático sobre Portugal” datado de Londres, sem ter em Londres qualquer correspondente; fê-lo a despeito do dever de respeitar sempre a verdade, estipulado na “circular com os princípios dirigida aos [seus] correspondentes, redatores e repórteres” (in Lupi, 1973); circular essa que, para Fonseca (1995), constitui o primeiro “Livro de Estilo” de que se tem notícia na Imprensa portuguesa. O dirigente e proprietário da *Lusitânia* registou no seu diário pessoal, entretanto publicou (Lupi, 1973), que infringira a ética “porque convinha ao interesse político português”. A ligação desta agência à Sociedade de Propaganda de Portugal (fundou-se e viveu sob a sua égide) explica a incoerência.

No *Projeto*, estavam ausentes os seguintes conceitos: incompatibilidade do jornalista com outros cargos, nomeadamente censura e administração (12%); dever de rejeitar a pornografia (28%); e dever de não identificar jovens delinquentes ou processados (12%). Quanto a este último, parece trata-se de uma omissão involuntária dada a exigência deontológica manifestada pelo *Projeto* em matéria judicial. Todavia, entendemos que não se incluía no *Projeto* o conceito “respeito pelas instituições sociais” – presente em 14% dos códigos que o relacionavam com família, Igreja, Estado. Para nós, a preocupação do *Projeto* incidia sobre as pessoas envolvidas em casos judiciais e não (tanto) sobre o Tribunal, enquanto instituição.

Antes da implantação da democracia em 1974, algumas questões deontológicas estavam já interiorizadas no *habitus* profissional, como o respeito pelo *off the record* (Costa Carvalho cit. in Cavaco, 2012b). O mesmo não acontecia em relação aos direitos de autor, sendo uma prática comum, nessa altura, o jornalismo de “montagem” ou “de cola e tesoura” (Joaquim Queirós cit. in Cavaco, 2012b). Numa “pirataria descarada” traduzia-se revistas francesas e publicava-se como se fosse material de redação (Mário Ventura Henriques in Correia et al., 2007).

Quanto à necessidade de preparação adequada e formação permanente do jornalista (presente em 10% dos códigos), o *Projeto* de 1972 nada dizia. Todavia, o Sindicato Nacional dos Jornalistas, atendendo à quantidade de estabelecimentos de ensino de jornalismo espalhados pelo mundo, aprovava em 1970 a proposta de criação do curso superior de Ciências da Informação – conferindo graus académicos de bacharelato (3 anos), licenciatura (+ 2 anos) e doutoramento – em que a disciplina “Deontologia” seria ministrada no 3º ano.

Entre 1960 e 1974, a média de idades dos jornalistas na maioria dos jornais desceu dez anos (Cabrera, 2006). Este rejuvenescimento etário trouxe consigo um novo vigor à classe, surpreendendo o regime (Cavaco, 2012b). Tratava-se de gente nova, mais escolarizada e mais politizada, para quem o jornalismo era “um meio de intervenção, por vezes, uma paixão” (Maria Antónia Palla in Correia et al., 2007).

Se, por um lado, “nesse tempo, havia muita ignorância sobre questões de ética e deontologia” (Acácio Barradas in Correia et al., 2007); por outro, a nova geração que acedeu à atividade jornalística “se fez paladina de muitos dos princípios profissionais morais (...) aprendidos ou consolidados” em pequenos cursos de Jornalismo ministrados pelo jornal *Diário Popular* (em 1966) e pelo Sindicato Nacional dos Jornalistas (em 1968), nomeadamente em questões relacionada com a fronteira entre jornalismo e publicidade, como recorda Adelino Gomes (cit. in Cavaco, 2012b). Em 1973, se havia quem ostentasse na tabela de preços a “publicidade comercial redigida sem sinal de pago” (*Diário Popular*); também houve quem rejeitasse desde o seu início a publicidade “disfarçada” (*Expresso*).

Havia profissionais “de uma grande integridade moral” que rejeitavam ofertas (Costa Carvalho cit. in Cavaco, 2012b); e havia quem pautasse a sua conduta pela subserviência, e pela permeabilidade a prendas, bónus e gratificações (Urbano Tavares Rodrigues in Correia et al., 2007). “Durante muitos anos, um jornalista que fosse fazer [a cobertura noticiosa de] uma assembleia-geral de um banco, no final, recebia um envelope de 500 escudos”, recorda Mário Ventura Henriques.

São relativamente mais consensuais os testemunhos relativamente aos valores “solidariedade” e “camaradagem” vividos entre profissionais. A existência de delatores junto da PIDE/DGS não impedia o bom relacionamento generalizado entre profissionais, mesmo de orientações ideológicas divergentes (cf. testemunhos de Fialho de Oliveira, de Joaquim Letria, de Homero Serpa in Correia et al., 2007; e de Costa Carvalho cit. in Cavaco, 2012b). Verificavam-se até cumplicidades suprapartidárias. Mário Ventura Henriques conta que quando foi preso pela PIDE, todo o material comprometedor que estava na sua gaveta foi guardado no órgão oficial da União Nacional, por Costa Júnior que era subchefe do *Diário da Manhã* além de seu colega no *Diário Popular* (in Correia et al., 2007).

Rodolfo Iriarte relaciona este “bom relacionamento” ao baixo número de jornalistas (cit. in Cavaco 2012b); enquanto Francisco Pinto Balsemão relaciona-o à proximidade geográfica e à rotina jornalística: “a *Fleet Street* estava ali toda concentrada no Bairro Alto. (...) Comíamos nas mesmas tascas” (cit. in Cavaco 2012b). No Porto, era costume os jornalistas irem “acamaradar” de madrugada, após o fecho do jornal.

“Competição saudável” é a expressão usada pelos testemunhos para classificar a atividade jornalística nesse tempo, em que os seus profissionais davam/trocavam entre si a sua principal matéria-prima: a informação (cf. testemunhos de Maria Antónia Palla, de Mário Ventura Henriques, de Costa Carvalho e de Joaquim Queirós). “Solidariedade” e “camaradagem” verificavam-se também entre empresas rivais (Costa Carvalho cit. in

Cavaco,2012b) ou com pontos de vista políticos divergentes (Fialho de Oliveira in Correia et al 2007).

## **Conclusão**

O *Projeto do Código de Deontologia Profissional do Jornalista* de 1972 evidencia uma consciência deontológica do jornalismo, em Portugal, pelo menos ao nível “das consciências profissionais mais esclarecidas”. Trata-se de uma sistematização ideal que exigia liberdade de imprensa para poder ser posta em prática na sua plenitude. Reunidos em Assembleia Geral do Sindicato Nacional dos Jornalistas, os jornalistas entenderam não o sujeitar a votação enquanto existisse censura em Portugal. O Código Deontológico de 1976, aprovado sob regime democrático, repete em grande parte o *Projeto* de 1972, diferindo deste sobretudo no esforço de sintetização das normas e na introdução de conceitos de natureza ideológica. No Código de 1976 – marcado pelas circunstâncias revolucionárias da época, mas na linha do que virá ser a orientação dada pelo Código da UNESCO de 1983 – é atribuído ao jornalismo um papel ainda mais interventivo de responsabilidade social. Ao preceito “O jornalista deve esforçar-se por contribuir para a formação da consciência cívica e (...) para o desenvolvimento da cultura e da capacidade crítica do povo português”, defendido no *Projeto* de 1972, o Código de 1976 acrescentou o dever de “contribuir para melhor conhecimento e maior compreensão entre os povos, na base dos princípios do direito das nações à autodeterminação e independência, da não ingerência nos assuntos internos, da igualdade e vantagens mútuas e da coexistência pacífica, jamais favorecendo a ideologia fascista, ódios raciais, étnicos, nacionais ou religiosos”. Este preceito veio a ser retirado na revisão do Código, em 1993.

Numa época em que a censura feria o brio profissional, havia espaço por exemplo para a “solidariedade” e a “camaradagem”, normas de moral profissional autoassumidas que podem de certa forma caracterizar a atividade jornalística nos últimos anos do Estado Novo. A partir de meados da década de 60, entrou nas redações gente nova, mais escolarizada, mais politizada e com uma postura de maior resistência e de menor subserviência em relação ao poder político e económico estabelecido. Uma juventude sensível a questões deontológicas que trouxe vigor ao jornalismo, ainda que uma parte dela não fosse oficialmente reconhecida como jornalista e estivesse impedida de se sindicalizar no Sindicato Nacional dos Jornalistas, nomeadamente quem trabalhasse em semanários e em serviços noticiosos de rádio e de televisão.

A reflexão deontológica da atividade do jornalismo despertou em Portugal, em meados dos anos 60, com a intensidade suficiente para marcar positivamente alguns profissionais (por exemplo, Adelino Gomes que veio a desempenhar a função de Provedor do Ouvinte na RDP, entre 2008 e 2010). Todavia, além do atraso de décadas face a outros países europeus, não teve no geral grandes efeitos práticos.

A instituição tardia em Portugal da deontologia enquanto instrumento de autorregulação evidencia a falta de tradição de uma cultura de autonomia no jornalismo no país, refletindo-se quer na produção jornalística, quer no consumo de bens/produtos media, quer na responsabilização dos media (*accountability*) enquanto expressão de cidadania.

A relevância desse atraso ganha dimensão se atendermos às funções de um código de conduta profissional emanado dos próprios profissionais. Ainda que não seja um texto sagrado e exija reflexão ética a montante e a jusante da sua aplicação”, ele funciona como guia orientador, ajudando o profissional a tomar decisões em situação de pressão. Ele dá a “a cada [membro] um sentimento de segurança, de força coletiva” (Bertrand, 2002). Com isso, contribui para a salvaguarda da dignidade profissional, protegendo a profissão de condutas internas impróprias e afastando dela potenciais membros arrivistas. O código de conduta profissional funciona também como “arma de defesa” contra tentativas de ingerências externas que possam fragilizar ou lesar a sua função, isto é protege o jornalismo da ambição empresarial, da intromissão do poder político, da pressão do anunciante, ou de qualquer indivíduo ou grupo de interesse. Enquanto compromisso tornado público (transparente), potencia o escrutínio do desempenho profissional e a exigência do público. Mas potencia também prestígio social.

Em 2007, o Estatuto do jornalista (Lei 1/99 de 13 de Janeiro) foi alterado (Lei 64/2007 de 6 de Novembro) tendo-se importado para o quadro legal a fiscalização das regras éticas e deontológicas que regem a profissão de jornalista. Com isso, o Estado afastou mais uma vez a autorregulação do campo jornalístico.

### **Fontes e Bibliografia**

AGEE, Warren K., TRAQUINA, Nelson (1984) O quarto poder frustrado: os meios de comunicação social no Portugal pós-revolucionário. Lisboa, Vega.

ASENJO, Porfírio Barroso (1984) Codigos deontologicos de los medios de comunicacion: prensa, radio, televisión, cine, publicidad y relaciones públicas. Madrid, Ediciones Paulinas.

ASENJO, Porfirio Barroso (1980) Principios fundamentales de deontologia periodistica. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, tomos I e II.

AZNAR, Hugo (2005) Comunicação responsável: a auto-regulação dos media. Porto, Porto Editora.

BALSEMÃO, Francisco Pinto (1971) Informar ou depender? Lisboa, Edições Atica.

BERTRAND, Claude-Jean (2002) A Deontologia dos media. Coimbra. MinervaCoimbra.

CABRERA, Ana (2006) “Os Jornalistas no Marcelismo: dinâmicas sociais e reivindicativas”, in Media & Jornalismo, nº 9, pp. 9-22.

CAETANO, Marcello (1974) Depoimento. Rio de Janeiro, Distribuidora Record.

CAETANO, Marcello (1969)Princípios e Definições. Lisboa, Edições Panorama.

CARVALHO, Alberto A. de, CARDOSO A. Monteiro (1971) Da Liberdade de Imprensa. Lisboa, Editora Meridiano.



CARVALHO, Costa de (1971) "Jornalista, homem de carne e osso", in José Viale MOUTINHO (coord.), Imprensa: Deformar ou Informar? Porto: A. Ferreira, 1971, pp. 8-18.

Francisco Pinto BALSEMÃO (2009) "O 25 de Abril salvou o Expresso", in José Pedro CASTANHEIRA (2009) O Que a Censura Cortou. [Lisboa], Expresso, pp. 7-12.

CAVACO, Suzana (2012a). Jornalismo no fim do Estado Novo: o caso "Expresso". In Revista Estudos de Jornalismo. Lisboa. ISSN: 2182-7044. Nº 1, pp. 9-23. [http://www.revistaej.sopcom.pt/ficheiros/20130103-revista\\_final.pdf](http://www.revistaej.sopcom.pt/ficheiros/20130103-revista_final.pdf)

CAVACO, Suzana (2012b) Mercado media em Portugal no período marcelista: os media no cruzamento de interesses políticos e negócios privados. Lisboa, Edições Colibri.

II Congresso Republicano de Aveiro (1969) Teses e Documentos: Textos Integrais. Lisboa, Seara Nova, vol. I.

Contrato Colectivo de Trabalho, celebrado entre o Grémio Nacional da Imprensa Diária e o Sindicato Nacional dos Jornalistas. Lisboa, 1951, 1966, 1971.

CORREIA, Fernando, BAPTISTA, Carla (2007) Jornalistas do ofício à profissão: mudanças no jornalismo português (1956-1968). Lisboa, Editorial Caminho.

CORNU, Daniel (1999) Jornalismo e verdade: para uma ética da informação. Lisboa: Instituto Piaget, pp. 441-444.

FIDALGO, Joaquim (2009) O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas. [Lisboa], Fundação Calouste Gulbenkian, Fundação para a Ciência e tecnologia.

FONSECA, Wilton (1995) À sombra do poder: a história da Lusitânia 1944-1974. Lisboa, Memória do Tempo.

JONES, J. Clement (1980) Déontologie de l'information: codes et conseils de presse, étude comparative des règles de la morale pratique dans les métiers d'Information à travers de monde. Paris, UNESCO.

LUPI, Luís C. (1973) Memórias: diário de um inconformista (1923 a 1957). Lisboa, vol. III

MacBRIDE, Sean, et al (1980) Many voices, one world: towards a new, more just, and more efficient world information and communication order. Paris, UNESCO, 1980.

McQUAIL, Denis (2003) Teoria da comunicação de massas. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

MOURA, F. Pereira de, NEVES, Mário, FERNANDES, Rogério, ZENHA, Salgado [1968] O Estatuto da Imprensa. Prelo Editora: Lisboa.

PINA, Sara (2000) A Deontologia dos Jornalistas Portugueses. Coimbra, Minerva.

PIRES, José Cardoso (1999) "Técnica do golpe de censura", in José Cardoso PIRES, E agora, José? Lisboa, Publicações Dom Quixote.

Projecto de Ensino de Jornalismo em Portugal: aprovado pela Assembleia Geral do Sindicato dos Jornalistas em 18 de Dezembro de 1970, in separata do boletim Jornalismo, II Série, nº 4  
Sindicato Nacional dos Jornalistas (1962) Estatutos. Lisboa: Sindicato Nacional dos jornalistas, 1962.

Sindicato Nacional dos Jornalistas (1972) Regime de Exercício da Actividade de Jornalista. Lisboa: Sindicato Nacional dos Jornalistas.

SOBREIRA, Rosa Maria (2003) Os jornalistas portugueses 1933-1974: uma profissão em construção. Lisboa: Livros Horizonte.

## Prós e contras de andar à boleia<sup>3</sup> – quando o cidadão comum parece jornalista

**Fernando Zamith**(Universidade do Porto, CETAC.MEDIA, ObCiber)

[zamith@gmail.com](mailto:zamith@gmail.com)

### Resumo

Este artigo centra-se numa reflexão sobre a intervenção do cidadão comum no processo noticioso, ancorada no confronto de posições sobre a matéria e num estudo empírico a 10 sites noticiosos de diferentes origens, metade dos quais exemplos de experiências agregadoras de fontes informativas ou fomentadoras da produção, participação e intervenção cívicas. Procurou-se também apresentar uma proposta de classificação dos diferentes tipos de ciberjornalismo, a partir da dicotomia profissional-amador.

Os resultados do estudo confirmam que o cidadão comum aparenta ser jornalista, mas quase sempre o que faz é andar "à boleia" do jornalismo profissional, ao selecionar, partilhar, recomendar, redifundir e reutilizar notícias produzidas por profissionais. Concluimos também que ainda estamos longe do ideário (utópico?) do jornalismo participativo, germinado de uma verdadeira colaboração entre profissionais e amadores.

**Palavras-chave:** Ciberjornalismo, Cibermeios, Jornalismo Participativo, Cidadania, Interatividade

### Abstract

This article focuses on a reflection on the intervention of ordinary people at the news process, anchored in the clash of views on this topic and on an empirical study of 10 news websites from different backgrounds, half of which examples of aggregation experiences and of promotion of citizen's participation and intervention. We also sought to present a proposal for classification of different types of online journalism, from the amateur-professional dichotomy. The study results confirm that the common people appears to be journalists, but almost always they are just "hitchhiking" the professional journalism, selecting, sharing, recommending, and reusing news produced by professionals. We also conclude that we are still far from the (utopian?) ideals of participatory journalism, germinated from a true collaboration between professionals and amateurs.

---

<sup>3</sup> Inspirado no título do primeiro álbum a solo de Roger Waters

**Keywords:** Online Journalism, News Websites, Participatory Journalism, Citizenship, Interactivity

### **Para que servem o jornalismo e os jornalistas?**

“A finalidade do jornalismo é fornecer às pessoas a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem” (Kovach & Rosenstiel (2004: 9). Esta formulação resultou de amplos debates e investigações iniciados em 1997 por um grupo de 25 jornalistas norte-americanos, que entretanto se autodenominou “Committee of Concerned Journalists” (Comissão de Jornalistas Preocupados) e pôs em prática o “Project for Excellence in Journalism” (Projeto para a Excelência no Jornalismo). A preocupação dos membros deste grupo centrava-se na ideia, expressa pelo professor da Universidade de Columbia James Carey, de que o jornalismo estaria “a desaparecer, dentro do mundo mais amplo da comunicação” (Ibid.: 8), pelo que seria necessário resgatá-lo. Se estava mesmo a desaparecer, o que iria substituí-lo? A publicidade, o entretenimento, o comércio eletrónico, a propaganda, ou “uma nova forma híbrida de tudo isto? E com que consequências?”. “Na opinião do grupo, as respostas a estas questões são tão importantes para o público como para os profissionais do setor. O jornalismo contribui com algo único para uma cultura – informação independente, fiável, rigorosa e abrangente, necessária para a liberdade dos cidadãos” (Ibid.), salientam os autores, alertando para uma “subversão da cultura democrática” se estas qualidades forem desrespeitadas.

Kovach e Rosenstiel refutam a ideia de que a definição de jornalismo se tenha “pulverizado por ação da tecnologia e que, por isso, tudo agora seja considerado como jornalismo” (Ibid.: 14). Os autores sublinham que “a finalidade do jornalismo não é definida pela tecnologia, nem pelos jornalistas ou pelas técnicas que eles empregam”, mas sim por “algo mais básico – a função que as notícias desempenham na vida das pessoas”. Estes autores enaltecem o facto de pessoas que trabalham na Internet e que recusam o rótulo de jornalistas terem as mesmas preocupações dos jornalistas tradicionais na busca da verdade e assumirem também como sua a missão de informar o público. Na base deste crescente fenómeno de intervenção cívica nos processos de produção jornalística, que tem expressão maior nos Estados Unidos, mas também exemplos de sucesso em países como a Coreia do Sul e França, está o conceito de interatividade, desagregado ou não no de personalização.

“A ânsia de notícias é um instinto básico do ser humano; é o que designamos por ‘instinto do conhecimento’. As pessoas precisam de saber o que se passa para lá da sua rua, de tomar conhecimento de eventos que se passam para além da sua própria experiência direta. Conhecer o desconhecido transmite-lhes segurança, permite-lhes planear e administrar as suas vidas” (Ibid.: 19). Para Kovach e Rosenstiel (Ibid.: 28), há três grandes níveis de afinidade do público com cada assunto objeto de notícia: um “público envolvido”, com ligações pessoais ao assunto e um grande conhecimento do mesmo; um “público interessado”, que se sente afetado e reage com base nalguma experiência direta, mas que não tem qualquer relação direta com o assunto; e um “público desinteressado”, que dá pouca atenção ao

assunto e que só eventualmente participará depois de outros terem definido os contornos do discurso. “No âmbito da ‘teoria do público interligado’, todos nós fazemos parte de todos os grupos, dependendo do assunto” (Ibid.), afirmam os autores.

### **Jornalismo(s) Online**

Adota-se neste artigo a definição de “ciberjornalismo” dada por Ramón Salaverría (2005: 21): “especialidade do jornalismo que emprega o ciberespaço para investigar, produzir e, sobretudo, difundir conteúdos jornalísticos”. Uma definição em tudo idêntica à de Parra Valcarce & Álvarez Marcos (2004: 48), que destacam “o sentido de pilotar” do prefixo de origem grega “ciber”, bem adequado para caracterizar a nova realidade jornalística com que se deparam os novos profissionais da informação, as novas audiências e as novas estruturas empresariais (Ibid.: 47-48). Estes autores não negam validade, contudo, a outras expressões frequentemente utilizadas, com jornalismo eletrônico, online, em rede, de rede, digital, multimídia e hipermídia.

A designação “jornalismo online”/“online journalism” é a mais usada nos países anglo-saxónicos e tem sido adotada em manuais de referência, como os de Jim Hall (2001), Mike Ward (2002), James Foust (2005), Cecilia Friend e Jane Singer (2007) e de Paul Bradshaw e Liisa Rohumaa (2011), bem como por revistas académicas prestigiadas, como a “Online Journalism Review”<sup>4</sup>. No seguimento de outros autores, Foust (2005: 13-14) distingue três tipos de sites de jornalismo online, correspondentes às diferentes fases de integração dos meios tradicionais na Internet: “Shovelware” (mera transposição de conteúdos do meio tradicional para a Internet), “Web Extras” (adição de alguns serviços de atualização e/ou interatividade) e “Convergence” (integração de conteúdos multimídia).

Mark Deuze (2003) utiliza a mesma expressão, mas no plural: “online journalisms”. Para Deuze, há quatro “jornalisms online”, correspondentes a quatro tipos de sites que o autor classifica como jornalísticos: 1) Sites noticiosos tradicionais; 2) Diretórios e agregadores de notícias; 3) Sites sobre media e de comentário; 4) Sites de partilha e discussão. Esta tipologia de Deuze tem tanto de polémica como de revolucionária. Deuze tem o arrojo de classificar como jornalismo os sites de “jornalismo sobre jornalismo” (Ibid. 210), ou “meta-jornalismo” (Ibid.), os blogs, ou sites de “jornalismo individual” (Ibid. 209), os sites de partilha e discussão de ideias, e os sites do chamado “jornalismo independente”, de que são exemplos o Indymedia e o Slashdot (Ibid.: 211). Apesar de controversa, esta proposta pode ajudar a “resolver”, até certo ponto, a dificuldade em distinguir o que é ou não jornalismo, dificuldade essa agravada pelas interrogações que alguns teóricos colocam à persistência do jornalismo.

Palacios e Díaz Noci (2008: 17) afirmam que os cibermeios se podem classificar em função do objetivo ou finalidade que perseguem; do público a que se dirigem; por aplicação de critérios profissionais, estruturais, redatoriais e éticos da atividade jornalística; pelo aproveitamento das possibilidades que oferece o ciberespaço; e pela constante renovação ou

---

<sup>4</sup><http://www.ojr.org/>

atualização de conteúdos. Os mesmos autores salientam que a pluralidade de formas e níveis de comunicação (de massas e interpessoal) que convivem na Internet pode constituir um problema substancial na perspectiva de os enquadrar numa tipologia minimamente operativa (Ibid.: 18), pelo que defendem que não se deve ter a pretensão de estabelecer uma classificação fechada, definitiva e concludente.

### **Jornalistas na/da Internet**

Centrando a reflexão na pessoa que pratica jornalismo, habitualmente designada "jornalista", também aqui entramos numa arena de grande controvérsia. Dan Gillmor, que abandonou uma carreira de 25 anos como jornalista profissional para se dedicar a projetos de apoio ao que designou como "grassroots journalism" (Gillmor, 2004), nota que, "num mundo em que qualquer pessoa pode produzir informação, há três grupos de interesses" (Gillmor, 2005: 15-16): os jornalistas, as pessoas habitualmente objeto de notícia ("newsmakers") e os antigos recetores das notícias. "Dantes praticamente separados, estão agora a misturar-se entre si" (Ibid.: 16), salienta, admitindo que "entre os praticantes do jornalismo cívico alguns virão a tornar-se profissionais", com a vantagem de todos passarmos a ter "mais vozes" e "mais opções".

A mistura de que fala Gillmor levanta, contudo, questões éticas e até legais. Reportando-nos apenas à lei portuguesa, verificamos que o jornalismo é uma atividade reservada a alguns, e não aberta ao cidadão comum. O Estatuto do Jornalista (Lei nº1/99, de 13 de Janeiro), não deixa dúvidas, logo no primeiro ponto: "São considerados jornalistas aqueles que, como ocupação principal, permanente e remunerada, exercem funções de pesquisa, recolha, seleção e tratamento de factos, notícias ou opiniões, através de texto, imagem ou som, destinados a divulgação informativa pela imprensa, por agência noticiosa, pela rádio, pela televisão ou por outra forma de difusão eletrónica"<sup>5</sup>. O Regulamento da Carteira Profissional de Jornalista (Lei nº 305/97, de 11 de novembro) determina, no ponto 2 do artigo 3º, que "a habilitação com a carteira profissional do jornalista constitui condição indispensável ao exercício da profissão de jornalista"<sup>6</sup>.

Esta legislação restritiva do exercício do jornalismo parece colidir, contudo, com a "lei mãe" do país, a Constituição da República Portuguesa, que determina, no ponto 1. do artigo 37.º, que "todos têm o direito de exprimir e divulgar livremente o seu pensamento pela palavra, pela imagem ou por qualquer outro meio, bem como o direito de informar, de se informar e de ser informados, sem impedimentos nem discriminações"<sup>7</sup>.

A definição de liberdade de expressão da lei portuguesa não se afasta muito da constante na Primeira Emenda norte-americana, consensualmente responsabilizada pela eterna indefinição de quem é jornalista nos Estados Unidos. Friend e Singer (2007: 35) salientam que a "ocupação" de jornalista "não tem definição oficial ou requisitos formais". John

<sup>5</sup><http://www.ccpj.pt/legisdata/LgLei1de99de13deJaneiro.htm> (24-10-2008)

<sup>6</sup>[http://www.ccpj.pt/legisdata/Lg\\_DL\\_305\\_97\\_11\\_11.htm](http://www.ccpj.pt/legisdata/Lg_DL_305_97_11_11.htm) (24-10-2008)

<sup>7</sup>[http://www.portugal.gov.pt/Portal/PT/Portugal/Sistema\\_Politico/Constituicao/constituicao\\_p03.htm](http://www.portugal.gov.pt/Portal/PT/Portugal/Sistema_Politico/Constituicao/constituicao_p03.htm) (05-11-2008)

Pavlik (Friend & Singer, 2007: 37) aplaude esta ausência de definição, sublinhando que na era digital ou online não faz sentido que seja considerado jornalista apenas quem trabalha num ou para um meio de comunicação social.

Stephen Quinn (2005: 155) salienta que “os jornalistas serão sempre necessários para processar informação”. Citando David Shenk, autor de “Information Anxiety”, Quinn (Ibid.) realça que os jornalistas são importantes para a “sobrevivência da sociedade”, pelo seu papel de filtragem independente da grande quantidade de informação que permanentemente é produzida. Quinn e Lamble (2008: 52) destacam as inquietações do mais famoso jornalista multimédia australiano, Alan Kohler, sobre a definição de jornalismo e de jornalista. Perante a expansão dos blogs, Kohler questiona o que é necessário para se ser jornalista se para exercer esta atividade não é requerida uma qualificação específica nem é preciso ter um emprego numa empresa de comunicação social.

### **O Universo do Ciberjornalismo: Planetas e satélites**

É consciente do carácter provisório de qualquer tentativa de classificação numa área tão movediça como esta que se procurará construir e propor tipologias de ciberjornalisms e de cibermeios (sites noticiosos).

A discussão sobre os novos tipos de jornalismo que as características da Internet estimulam não pode deixar de ser colocada na dicotomia profissional-amador. Atendendo às inúmeras experiências que vão surgindo na Internet de colaboração entre jornalistas profissionais e amadores, estaremos perante três grandes grupos de ciberjornalisms, ainda que com fronteiras cada vez menos definidas:

1. Ciberjornalismo Profissional (tradicional, credenciado)
2. Ciberjornalismo Participativo (também designado Colaborativo - colaboração entre profissionais e amadores)
3. Ciberjornalismo Amador (ou de Cidadão, Cívico, de Base)

Por Ciberjornalismo Profissional, devemos entender o jornalismo praticado na e/ou para a Internet por pessoas que têm como principal ocupação o jornalismo, exercido enquanto profissão. Estão neste grupo os jornalistas profissionais dos meios de comunicação social e os jornalistas fora destes meios mas credenciados com título profissional.

Por Ciberjornalismo Participativo, Colaborativo ou em Rede, devemos entender o jornalismo praticado na e/ou para a Internet que envolva (e resulte de) colaboração ativa entre jornalistas profissionais e não profissionais (Jeff Jarvis, entrevistado por Zamith, 2007). Singer *et al.* (2011: 206) definem “jornalismo participativo” como “as contribuições do utilizador para o site do jornal”<sup>8</sup>, referindo que essa participação pode ocorrer em várias fases do processo de produção noticiosa e pode fazer uso de uma variedade de ferramentas. Estes autores incluem no conceito de “jornalismo participativo” os comentários, a par de outras formas de produção mais elaboradas, também designadas por “conteúdos gerados pelos

---

<sup>8</sup> Este grupo de investigadores utiliza a expressão “newspaper website” porque o seu estudo incidiu exclusivamente em sites de jornais, mas o sentido deve ser alargado aos sites noticiosos de outra origem.

utilizadores” e “jornalismo de cidadão”. Contudo, parece-nos mais apropriado distinguir este último conceito do primeiro, porque participar implica cooperar ou tomar parte em algo que já existe ou está a ser produzido, e não construir de novo, criar autonomamente, para o qual remete o sentido singular do termo cidadão.

Por Ciberjornalismo Amador, Cívico, de Base, de Cidadão ou Comunitário, devemos entender o jornalismo praticado na e/ou para a Internet por pessoas que não fazem desta atividade ocupação principal, nem a assumem como profissão (Deak, 2008). Singer *et al.* (2011: 204) definem o “jornalismo de cidadão” (*citizen journalism*) como “conteúdo produzido por cidadãos que desempenham um papel de recolha, relato, análise e disseminação de notícias e informação, tipicamente permitido por tecnologias digitais”. Os autores salientam que este termo normalmente se aplica a pessoas sem formação ou experiência profissional, que assumem pelo menos alguns aspetos do papel profissional dos jornalistas em uma ou mais das primeiras etapas da produção noticiosa. João Canavilhas<sup>9</sup> refuta a ideia de que haja “jornalismo do cidadão”, preferindo chamar-lhe “participações do cidadão”, em tudo idênticas às tradicionais cartas ao diretor. Jay Rosen (2008) considera que há jornalismo de cidadão “quando as pessoas antigamente conhecidas como audiência usam as ferramentas da imprensa que têm em seu poder para informar um ao outro”. No entanto, concordamos com Steve Outing (2005) quando afirma que o “jornalismo de cidadão não é um conceito simples que pode ser aplicado universalmente por todas as organizações noticiosas. É muito mais complexo, com muitas potenciais variações”.

Um dos aspetos que tornam mais complexa a (re)definição de conceitos associados ao jornalismo é a grande diversidade de novos atores trazidos pela Internet. Em torno dos três grupos (“planetas”) de tipos de ciberjornalismo elencados, é possível identificar outros tipos de atividades que poderemos designar como “satélites”. Na órbita do Ciberjornalismo Profissional está cada vez mais presente o Ciberjornalismo Académico, feito por estudantes universitários de Jornalismo; a Ciberinformação Institucional, propagada sobretudo por assessores e agências de comunicação, que colocam diretamente na Internet informações sob a capa de “notícias”; e os chamados “Watchdogs”, os vigilantes do jornalismo, que refletem, opinam e discutem, normalmente em blogs e redes sociais, sobre o que os jornalistas profissionais (não) vão fazendo. Muito próximos do segundo grupo estão os exemplos de intervenção dos cibernautas na reação às notícias e na sua valoração, nomeadamente através de votos e de comentários que podem alterar a hierarquia e a visibilidade das peças noticiosas. À volta do terceiro grupo, estão “satélites” trazidos pela Web 2.0, como o “Digging” (exibição e votação em matérias/informações colocadas ou destacadas pelos utilizadores de ferramentas como o Digg<sup>10</sup>), o “Tagging” (partilha de páginas seleccionadas e etiquetadas pelos utilizadores de

---

<sup>9</sup>[http://jpn.icicom.up.pt/2008/12/12/nao\\_existe\\_jornalismo\\_do\\_cidadao\\_defende\\_professor\\_joao\\_canavilhas.html](http://jpn.icicom.up.pt/2008/12/12/nao_existe_jornalismo_do_cidadao_defende_professor_joao_canavilhas.html)  
(26-09-2011)

<sup>10</sup><http://digg.com/>



ferramentas como o Delicious<sup>11</sup>) e o “Microblogging” (partilha de mensagens instantâneas num máximo de 140 caracteres escritas por utilizadores de ferramentas como o Twitter<sup>12</sup>).

Rodeando, simultaneamente, mais do que um dos “planetas” e “satélites” propostos nesta classificação, estão os sites “Híbridos”, como os agregadores que juntam notícias profissionais e amadoras (e também, por vezes, institucionais e académicas). São os casos, por exemplo, do Google News<sup>13</sup> e do Newsvine<sup>14</sup>. Também atraídos pela força da gravidade de, simultaneamente, vários ciberjornalismos-planetas, estão os Ciberjornalismos Alternativo e Ativista (Melinda Wall, in Kawamoto, 2003: 121).

O tipo de (ciber)jornalismo é muitas vezes confundido com o tipo de meio (ciber)jornalístico. O próprio Mark Deuze (2003: 209-211) divide os jornalismos online em quatro tipos de sites e não verdadeiramente em quatro tipos de jornalismos online. Em muitos casos, esta confusão tem razão de ser. Por exemplo, um site noticioso tradicional (de jornalismo profissional) pode ter apenas conteúdos noticiosos produzidos pelos seus jornalistas profissionais, sem qualquer participação ou colaboração de outras pessoas. Estaremos, portanto, perante um site noticioso profissional que difunde exclusivamente ciberjornalismo profissional. Mas há muitos casos em que não se verifica essa correspondência direta, como Deuze reconhece ao desenhar os quatro tipos de jornalismos online como compartimentos abertos e não estanques. Por exemplo, um site noticioso tradicional pode difundir um conteúdo produzido por um visitante ou utilizador. Parece, pois, importante classificar os sites noticiosos pelos conteúdos que difundem e não apenas pelo meio de origem e/ou pelo tipo de (ciber)jornalismo que pratica cada um dos seus intervenientes.

### **A participação cívica nos conteúdos difundidos pelos sites noticiosos**

Para tentar medir a participação cívica nos sites noticiosos, foi analisada uma amostra de 10 cibermeios internacionais separada em dois grupos: cinco títulos oriundos de prestigiados meios tradicionais (respeitadores dos cânones clássicos do jornalismo) e cinco títulos nascidos na Internet, fundados em experiências agregadoras de diferentes fontes informativas (com supostos ganhos de contextualização) ou fomentadoras da produção, participação e/ou intervenção da antiga audiência, agora com a possibilidade de assumir um novo estatuto de utilizador ativo e não apenas de recetor passivo.

Procurando classificar os cibermeios (sites noticiosos) nas diferentes tipologias propostas, foi criada uma grelha de observação dividida nas quatro dimensões caracterizadoras do conceito de cibermeio: Produção (quanto ao tipo de produtores/geradores de conteúdos), Origem (quanto à origem dos conteúdos), Seleção (quanto ao tipo de selecionadores de conteúdos) e Meio (quanto ao meio de origem/referência do título). Optou-se neste estudo por aplicar esta grelha, em profundidade, aos seis conteúdos noticiosos mais próximos do topo da *homepage* nos 10 cibermeios internacionais selecionados. Os seis

---

<sup>11</sup><http://delicious.com/>

<sup>12</sup><http://twitter.com/>

<sup>13</sup><http://news.google.com/>

<sup>14</sup><http://www.newsvine.com/>

conteúdos foram numerados de 1 a 6, tendo-se anotado o respetivo número nas células correspondentes das três primeiras dimensões. A quarta dimensão já estava identificada desde a escolha da amostra, pelo que bastou anotar o meio de origem de cada título analisado.

Paralelamente, foi decidido analisar, através de uma grelha própria, todas as *homepages* da amostra, procurando elementos que permitissem classificar cada cybermeio no leque de tipologias definido.

**Quadro 1 – Tipos de produtores das notícias analisadas (%)**

PRODUTORES	1 Tipo	2 Tipos	3 Tipos	TOTAL
Jornalistas Profissionais	71,7	6,7	0,6	79
Profissionais	3,3	3,3	0,6	7,2
Estudantes de Jornalismo				0
Amadores	5	3,3		8,3
Indeterminado	5		0,6	5,6
TOTAL	85	13,3	1,7	100

Fonte: Elaboração própria

A partir dos dados recolhidos no verão de 2010, constatámos que 79 por cento das 60 notícias (conteúdos noticiosos) analisadas foram produzidas por jornalistas profissionais (Quadro 1) e apenas 8,3 por cento por amadores, registando-se também uma contribuição de outros profissionais em 7,2 por cento dos conteúdos observados. A esmagadora maioria (85 por cento) das notícias foram construídas apenas por um tipo de produtores, contendo as restantes elementos de dois ou três tipos de produtores.

**Quadro 2 – Produtores das 6 notícias analisadas em cada cybermeio\***

PRODUTORES	Jorn Prof	Outr Prof	Estudantes	Out Amad	Indeterm	TOTAL
NYT	5 + 1	0 + 1				6
BBC	5 + 1	0 + 1				6
Huffpost	4 + 1	1 + 1				6
CNN	6					6
Digg	1	1		1	3	6
Wikinews	0 + 4			2 + 4		6
Newsvine	6					6
Google News	6					6
El País	5 + 1	0 + 1				6
Guardian	5 + 0 + 1	0 + 0 + 1			0 + 0 + 1	6
TOTAL	43 + 8 + 1	2 + 4 + 1	0	3 + 4	3 + 0 + 1	60
1 tipo produtor	43	2		3	3	51
Vários tipos	8 + 1	4 + 1		4	0 + 1	9

\* Soma: Notícia de 1 único tipo de produtor + de 2 tipos + de 3 tipos

Fonte: Elaboração própria

Os seis conteúdos da CNN, Newsvine e Google News foram produzidos exclusivamente por jornalistas profissionais (Quadro 2), registando-se uma grande predominância destes também no Guardian, El País, New York Times, BBC e Huffington Post. No pólo oposto, Wikinews o Digg foram os únicos cibermeios onde foi encontrada produção total ou parcial de amadores entre os seis primeiros conteúdos noticiosos. De notar que no Digg não foi possível determinar o tipo de produtores de metade dos conteúdos analisados (num caso não havia referência ao autor e nos outros dois não foi possível confirmar se os autores eram profissionais ou amadores). Um dado porventura surpreendente foi a presença de um número significativo de conteúdos produzidos por profissionais que não são jornalistas. Foram encontrados dois artigos produzidos exclusivamente por profissionais não jornalistas (um texto da *American Chemical Society* e outro de um colunista não jornalista) e conteúdos também feitos por pessoas de outras profissões integrados em notícias que incluíam produtores de diferentes tipos. Como exemplo, uma notícia redigida por um jornalista do Huffington Post estava acompanhada pelo vídeo de um discurso do *mayor* (presidente da câmara) de Nova Iorque inserido no canal oficial do autarca no YouTube. O discurso terá sido filmado, muito provavelmente, por um profissional não jornalista. Num outro exemplo, o El País apresentava junto a uma notícia sua fotos do *Ministerio de Defensa* e da *ISAF* (Nato). Também o site da BBC mostrava uma infografia da empresa *Stratfor* e o New York Times um mapa da *Google/Digital Globe* e uma fotografia do *Getty Conservation Institute*.

Estes dados vêm, por um lado, demonstrar que as notícias continuam a ser feitas por jornalistas profissionais, na sua esmagadora maioria, e muito pouco por amadores, ainda que possam ser estes a seleccioná-las, como veremos mais à frente. Por outro lado, há aqui uma forte presença de produção profissional não jornalística, que poderá indiciar uma agora mais explícita penetração de *newsmakers* (na aceção dada por Gillmor, 2004: XIV) na construção noticiosa.

Quanto à origem, verificamos que apenas 29,2 por cento dos conteúdos eram originários do próprio cibermeio (Quadro 3), enquanto 30,5 por cento provinham de títulos de outros grupos ou empresas de media e 19,2 por cento de agências noticiosas. Apenas 2,8 por cento dos conteúdos tinham origem em utilizadores/visitantes e 0,9 por cento em títulos do mesmo grupo ou empresa. Significativo foi o peso (9,2 por cento) dos documentos institucionais e empresariais encontrados nos conteúdos analisados.

**Quadro 3 – Origem das 6 notícias analisadas em cada cibermeio\***

ORIGEM	Interna	Agênc	Grup =	Gru dif	Utilizad	Docum	Outros	Indeter
NYT	2 + 4	0 + 1		0 + 2		0 + 2	0 + 1	
BBC	2 + 2	0 + 3		0 + 2		0 + 1		0 + 2
Huffpost	0 + 4	2 + 2		0 + 2		0 + 2	0 + 2	
CNN	2 + 4	0 + 2				0 + 2		
Digg				2 + 2		0 + 1	2 + 1	0 + 1
Wikinews	0 + 2	0 + 4		0 + 6	0 + 6	0 + 4		
Newsvine		1		5				
Google News		0 + 2		4 + 2				
El País	2 + 3	0 + 4	0 + 2	0 + 3		0 + 1		
Guardian	0 + 6	0 + 5		0 + 3		0 + 3	0 + 1	0 + 1
TOTAL	8 + 25	3 + 23	0 + 2	11 + 22	0 + 6	0 + 16	2 + 5	0 + 4
1 origem	8	3	0	11	0	0	2	0
Várias origens	25	23	2	22	6	16	5	4

\* Pontuação: Notícia de 1 único tipo de origem + de 2 ou mais tipos

Fonte: Elaboração própria

Nenhum dos cibermeios apresentava mais de um terço das seis notícias analisadas exclusivamente de origem interna e apenas em três (New York Times, CNN e Guardian) todas as notícias tinham origem interna total ou parcial. Huffington Post, Guardian, El País e Wikinews foram os que mais recorreram a conteúdos de agências noticiosas. Google News, Newsvine, Digg e Wikinews foram os que se socorreram mais de notícias feitas por títulos de outros grupos ou empresas de mídia. O Wikinews foi o único cibermeio que destacou para o topo da *homepage* notícias com origem (todas parcialmente) em utilizadores.

**Quadro 4 – Tipos de origem das notícias analisadas (%)**

ORIGEM	1 Tipo	2 Tipos	3 Tipos	4 Tipos	5 Tipos	Total
Interna	13,3	9,2	3,9	2,1	0,7	29,2
Agências	5	7,5	3,9	2,1	0,7	19,2
Títulos do mesmo grupo/empr. de mídia			0,6		0,3	0,9
Títulos de outros grupos/empr. de mídia	18,3	4,2	4,4	2,9	0,7	30,5
Utilizadores/Visitantes			1,1	1,7		2,8
Documentos institucionais/empresariais		4,2	2,2	2,1	0,7	9,2
Outros	3,3	0,8	1,1	0,8		6
Indeterminado		0,8	1,1		0,3	2,2
TOTAL	40	26,7	18,3	11,7	3,3	100

Fonte: Elaboração própria

Quarenta por cento das notícias tinham apenas um tipo de origem (Quadro 4), juntando as restantes elementos entre dois e cinco tipos de origem. A diversidade de origens das 60 notícias analisadas é reveladora da grande plasticidade e permeabilidade do meio online, cujas características permitem uma fácil e rápida circulação da informação. Mais previsível foi a confirmação de que são os sites que utilizam sistemas automáticos de redifusão de notícias (Google News totalmente e Newsvine parcialmente) e que estimulam a recomendação de matérias/notícias (Digg) os que recorrem mais a conteúdos externos, mas também no Wikinews, assumidamente destinado a jornalismo cívico, todos os conteúdos observados tinham parcialmente origem externa, verificando-se apenas em dois a participação de utilizadores<sup>15</sup>.

Relativamente à seleção, verificamos que em cada site havia apenas um tipo de selecionador das seis notícias mais destacadas. Em seis dos 10 cibermeios (Gráfico 1) a seleção das notícias colocadas no topo da *homepage* era feita pela equipa do site (NYT, BBC, Huffpost, CNN, El País e Guardian), em dois eram os utilizadores/visitantes que escolhiam (Digg e Wikinews) e nos dois restantes a seleção era feita por algoritmos, programas informáticos e/ou robôs (Google News<sup>16</sup> e Newsvine<sup>17</sup>). Atendendo a que os critérios informáticos utilizados cruzavam escolhas das equipas dos sites (maior ponderação dada às notícias provenientes de títulos mais prestigiados, por exemplo) e comportamentos da audiência (número de visitas e de votos na notícia, por exemplo), poderemos afirmar que este tipo de selecionadores se diluía nos dois primeiros. Ou seja, cerca de 70 por cento das notícias eram escolhidas pela equipa do site e 30 por cento pelos utilizadores/visitantes.

---

<sup>15</sup> Num dos casos, o primeiro redator explicitava no topo da notícia a sua condição de antigo aluno da escola em causa, o que, se por um lado poderia prejudicar o seu distanciamento relativamente ao que estava a noticiar, por outro é revelador de um cuidado ético que não se vê em todos os jornalistas profissionais.

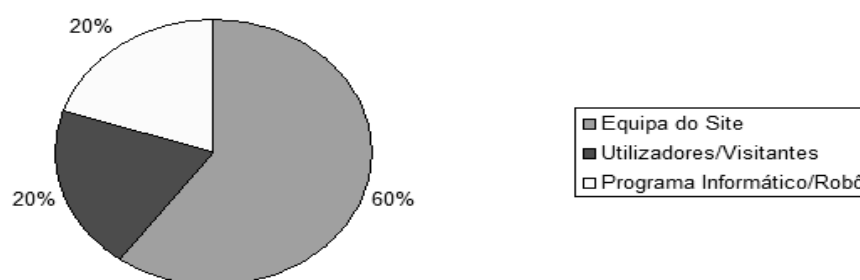
<sup>16</sup> "The selection and placement of stories on this page were determined automatically by a computer program. The time or date displayed reflects when an article was added to or updated in Google News."

<sup>17</sup> Explicado em "Help":

«"What is the difference between "The Wire" and "The Vine"? "The Wire" is a continuously updated stream of articles from The Associated Press and ESPN. Articles coming in from these sources are tagged immediately and posted to Newsvine within seconds. There is no human editor involved so you will not find this content anywhere on the web before it's available on Newsvine. "The Vine" is a stream of content submitted by members of the Newsvine community. This includes both original articles written by Newsvine members and "seeded links" which are pointers to other interesting articles from around the web.

How do articles move to the tops of pages and when do they fall off? Newsvine uses a sophisticated algorithm that takes into account the number of votes an article gets, how many people read the article, the freshness of the news, and several other factors to determine its relative ranking.»

**Gráfico 1 – Seleccionadores das 6 notícias analisadas**



Fonte: Elaboração própria

**Quadro 5 – Caracterização de cada homepage**

HOMEPAGE	NYT	BBC	Huff post	CNN	Digg	Wiki news	Newsvine	GooglNews	El País	Guar Dian
Ecrãs	7	6	20	4	4	3	4	9	12	8
Ecrãs úteis	6	5	17	3	3	3	3	8	11	7
Secções principais	13	15	25	15	11	20	12	9	18	27
Secções secundárias	27	16	0	0	0	0	8	0	34	92
Total de notícias	132	79	114	96	25	36	40	105	106	80
Notícias autónomas	128	75	105	90	25	36	40	59	89	52
Notícias relacionadas	4	4	9	6	0	0	0	46	17	28
% notícias relacionadas	3%	5,1%	7,9%	6,3%	0%	0%	0%	43,8%	16%	35%
Notícias feitas por utilizadores	0	0	0	0	0	36	20	0	1	0
% notícias feitas por utilizadores	0%	0%	0%	0%	0%	100%	50%	0%	0,9%	0%
Notícias enviadas por utilizadores	0	0	0	0	25	36	20	0	1	0
% notícias enviadas por utilizadores	0%	0%	0%	0%	100%	100%	50%	0%	0,9%	0%
Notícias seleccionadas por utilizadores	10 + 10	5 + 10 + 10	9	5 + 5	15 + (17x3) + 10	36	[6 + 6 + 6 + 9]	10	10 + 10	5 + 5
% notícias seleccionad. utilizad.	7,8%	6,7%	8,6%	5,6%	100%	100%	67,5%	16,9%	11,2%	9,6%
Espaços/apelos à participação	1	1	2	4	3	8	2	0	5	3
Alteração pelos vis. da visibilidades not.	6%	3,3%	2,9%	4,8%	96,7%	100%	50%	5%	1,5%	3,8%
Possibilidade de personalização	3%	95%	0,6%	4,8%	96,7%	0,2%	70%	73,5%	0%	0%

Fonte: Elaboração própria

Analisando as *homepages* dos 10 cibermeios (Quadro 5), verificamos que a maior é a do Huffington Post (17 ecrãs úteis), a que tem mais secções temáticas é a do Guardian (27 principais e 92 secundárias) e a que tem mais notícias é a do New York Times (132), destacando-se o Google News no número de notícias relacionadas (46). Foram encontradas notícias feitas por utilizadores em apenas três *homepages*: 36 no Wikinews (todas as notícias feitas por utilizadores, ainda que parcialmente com coprodução ou origem externa, com vimos

anteriormente), 20 no Newsvine (metade da primeira página, como é tradição neste cibermeio) e uma no El País. É sintomático que, apesar de quase todos os cibermeios (à exceção do Google News) terem apelos à participação dos utilizadores ou espaços próprios destinados a acolher essa participação, uma clara maioria não dá visibilidade a esses contributos na *homepage*. Um dos casos mais flagrantes é o do site da CNN, que tem quatro espaços/apelos à participação, entre os quais uma interessante experiência de *citizen journalism*, o iReport<sup>18</sup>, mas não coloca na *homepage* nenhuma história, vídeo ou reportagem feita por cidadãos, nem mesmo as que são confirmadas e aprovadas pela própria redação da CNN.

Somente quatro cibermeios (Digg, Wikinews, Newsvine e El País) têm na primeira página notícias enviadas pelos utilizadores (ainda que feitas por outros, como no caso do Digg), mas todos apresentam notícias selecionadas pelos visitantes, na maioria dos casos em pequenos blocos de mais visitadas, comentadas e/ou votadas. Medindo o espaço do total da *homepage* (todos os ecrãs) ocupado por notícias selecionadas pelos visitantes, foi possível calcular a percentagem de alteração pela audiência da visibilidade das notícias, tendo-se constatado que a “paginação” cívica é total no Wikinews, quase total no Digg e de 50 por cento no Newsvine. Nos restantes cibermeios, é bastante reduzida (entre 1,5 e seis por cento da *homepage*) a permissão dada ao conjunto dos visitantes para alterar a visibilidade das notícias. Comportamentos bastante diferentes, e nalguns casos até surpreendentes, têm os cibermeios analisados relativamente à liberdade dada a cada utilizador para personalizar ao seu gosto a *homepage*. O Digg permite personalizar quase totalmente a primeira página (96,7 por cento), o mesmo acontecendo com o site da BBC (95 por cento), apesar de este cibermeio apenas autorizar que 3,3 por cento do noticiário presente na *homepage* pública (quando acedida sem estar personalizada) possa ser alterado pelo conjunto dos visitantes. Em sentido contrário, a “paginação” do Wikinews é toda feita por visitantes e utilizadores, mas este site praticamente não pode ser personalizado. Google News (73,5 por cento) e Newsvine (70 por cento) são os restantes cibermeios que permitem que mais de metade da *homepage* seja personalizada, enquanto os sites dos dois jornais diários europeus, El País e Guardian, são os únicos que não podem ser personalizados.

**Quadro 6** – Caracterização geral das *homepages* dos 10 cibermeios

HOMEPAGE	TOTAL	MÉDIA	%
Nº de ecrãs (botão page down)	77	7,7	
Nº de ecrãs úteis (movimento manual)	66	6,6	
Nº de secções principais	165	16,5	
Nº de secções secundárias	177	17,7	
Nº total de notícias	813	81,3	
Nº de notícias autónomas	699	69,9	

<sup>18</sup><http://ireport.cnn.com/>

Nº de notícias relacionadas	114	11,4	16,3%*
Percentagem de notícias relacionadas	(117%)+	11,7%	14%**
Notícias feitas por utilizadores	57	5,7	
Percentagem de notícias feitas por utilizadores	(150,9%)+	15,1%	7%**
Notícias enviadas por utilizadores	82	8,2	
Percentagem de notícias enviadas por utilizadores	(250,9%)+	25,1%	10,1%**
Notícias seleccionadas pelos utilizadores	132	13,2	
Percentagem de notícias seleccionadas pelos utilizadores	(333,9%)+	33,4%	16,2%**
Espaços/apelos de participação na homepage	29	2,9	
Alteração pelo conj. dos visit. da visibilidade das notícias	(274,0%)+	27,4%	14,2%***
Possibilidade de personalização da homepage	(343,8%)+	34,4%	24,3%***

+ Soma das percentagens de cada site

\* Nº de notícias relacionadas a dividir pelo nº de notícias autónomas

\*\* Nº de notícias relacionadas e feitas, enviadas e seleccionadas pelos utilizadores, respetivamente, a dividir pelo nº total de notícias (813)

\*\*\* Média ponderada, tendo em conta o número de ecrãs úteis

Fonte: Elaboração própria

Globalmente (Quadro 6), as *homepages* dos 10 cibermeios têm em média 6,6 ecrãs, 16,5 secções temáticas principais e 81,3 notícias, das quais 5,7 (sete por cento) feitas pelos utilizadores, 8,2 (10,1 por cento) enviadas pelos visitantes/utilizadores e 13,2 (16,2 por cento) seleccionadas pelos visitantes/utilizadores. Em média, os sites da amostra têm 2,9 espaços/apelos à participação e 14,2 por cento da *homepage* "paginada" pelos visitantes/utilizadores, e permitem que 24,3 por cento da primeira página possa ser personalizada. Estas últimas percentagens foram calculadas tendo em conta o número total de ecrãs úteis dos 10 cibermeios. Se calcularmos a média simples (soma das percentagens de cada site a dividir por 10), as taxas de "paginação" e de personalização das *homepages* sobem para 27,4 e 34,4 por cento, respetivamente, o que significa que, tendencialmente, as *homepages* mais pequenas são as mais "pagináveis" e personalizáveis.

**Quadro 7 – Síntese: Taxas de produção, participação e intervenção cívicas**

TAXAS	6 Primeiras Notícias	Homepage	Ponderada
Produção cívica	8,3%	7%	7,7%
Participação cívica	8,8%	10,1%	9,5%
Intervenção cívica	20%	16,2%* 14,2%**	16,8%

\* seleção; \*\* alteração da visibilidade

Fonte: Elaboração própria

Cruzando e sintetizando os resultados obtidos na análise das seis primeiras notícias e da *homepage* de cada cibermeio, podemos criar o que podemos designar por taxas de



produção, de participação e de intervenção cívicas no ciberjornalismo que é difundido na amostra de sites noticiosos internacionais (Quadro 7). A taxa de produção cívica é de 7,7 por cento, valor que pondera a percentagem de notícias produzidas por amadores encontradas nas 60 notícias analisadas (8,3 por cento) e a percentagem de notícias feitas por utilizadores presentes nas 10 *homepages* (sete por cento). Usando o mesmo critério, a taxa ponderada de participação cívica é de 9,5 por cento, correspondente a 8,8 por cento de conteúdos enviados por utilizadores/visitantes ou outros nas notícias analisadas e 10,1 por cento nas *homepages*. Mais complexa, mas também potencialmente mais rica, foi a ponderação feita para o cálculo da taxa de intervenção cívica. Aos 20 por cento de notícias analisadas que foram selecionadas pelos visitantes, somaram-se os 16,2 por cento de notícias na *homepage* escolhidas pelos visitantes e os 14,2 por cento de alteração pela audiência da visibilidade das notícias na primeira página, dividindo-se o total por três, o que resultou numa taxa de 16,8 por cento. De notar que, se contabilizarmos como intervenção cívica metade da seleção feita automaticamente por programas informáticos ou robôs, pelas razões apontadas anteriormente, a taxa de intervenção cívica sobe para 20,1 por cento.

## **Conclusões**

Os dados deste estudo permitem-nos concluir, sem grande surpresa, que a participação cívica nos conteúdos difundidos pelos sites noticiosos é reduzida (inferior a 10 por cento). Apesar de essa participação ser baixa, concluiu-se que, globalmente, a intervenção dos visitantes provoca consideráveis alterações de visibilidade dos conteúdos noticiosos (superiores a 10 por cento), ainda que tal só aconteça em metade dos cibermeios observados e em alguns dos critérios utilizados para a determinação da taxa de intervenção cívica.

Como vimos, as notícias na Internet continuam a ser feitas, fundamentalmente, por jornalistas profissionais, e muito pouco por amadores, ainda que seja frequentemente o cidadão comum a selecionar alguns dos conteúdos da primeira página. Contudo, os jornalistas profissionais não detêm o monopólio da produção noticiosa, como o demonstra a grande presença de produção profissional não jornalística nos conteúdos analisados.

Na análise que foi feita às características dos 10 cibermeios selecionados para a amostra, não encontramos sequer nenhum classificável como participativo, o que, de algum modo, indicia que o verdadeiro (ciber)jornalismo participativo ainda é uma utopia, uma vez que não há uma plena colaboração entre jornalistas profissionais e cidadãos comuns interessados em e dispostos a colaborar na produção jornalística. O que vimos foi muito jornalismo profissional (inúmeras vezes selecionado, recomendado e até mesmo reutilizado por cidadãos) e alguma produção cívica, mas invariavelmente em campos separados, sem haver sequer comunicação entre uns e outros.

Podemos, pois, concluir que o cidadão comum está a andar “à boleia” do jornalismo profissional no que diz respeito à sua participação no processo de construção noticiosa. Não é ainda um verdadeiro jornalismo participativo, de colaboração entre profissionais e amadores. A contribuição do cidadão comum tem-se resumido a participações algo desgarradas e à partilha

e redifusão de notícias feitas por profissionais. Por outro lado, também não vemos ainda um real empenho dos jornalistas profissionais na colaboração com amadores ou até mesmo no acolhimento da participação do cidadão comum.

## **Bibliografia**

BRADSHAW, P. & ROHUMAA, L. (2011) *The Online Journalism Handbook: Skills to survive and thrive in the digital age*, London: Longman.

DEAK, A. (2008) 'Jornalismo Multimídia, Online, 2.0, Jornalismo Digital ETC', <http://www.andredeak.com.br/2008/10/21/jornalismo-multimidia-online-20-jornalismo-digital-etc/> (06-11-2008).

DEUZE, M. (2003) 'The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online', *New Media & Society*, Vol. 5(2): 203-230, Sage.

FOUST, J. C. (2005) *Online Journalism – Principles and Practices of News for the Web*, Scottsdale: Holcomb Hathaway.

FRIEND, C. & SINGER, J. B. (2007) *Online Journalism Ethics – Traditions and Transitions*, Armonk/London: M. E. Sharpe.

GILLMOR, D. (2005) (ed. original 2004) *Nós, Os Media*, Lisboa: Editorial Presença.

GILLMOR, D. (2004) 'Whe the Media – Grassroots Journalism by the People, for the People', <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp> (23-10-2008).

HALL, J. (2001) *Online Journalism: A Critical Primer*, London: Pluto Press.

KAWAMOTO, K. (ed.) (2003) *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*, Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

KOVACH, B & ROSENSTIEL, T. (2004) (ed. original 2001) *Os Elementos do Jornalismo – O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*, Porto: Porto Editora.

PALACIOS, M. & DÍAZ NOCI, J. (ed.) (2008) 'Ciberperiodismo: Métodos de Investigación – Una aproximación multidisciplinar em perspectiva comparada', Salvador da Bahia: EDUFBA, [http://www.argitalpenak.ehu.es/p291-content/es/contenidos/libro/se\\_indice\\_ciencinfo/es\\_ciencinf/adjuntos/ciberperiodismo.pdf](http://www.argitalpenak.ehu.es/p291-content/es/contenidos/libro/se_indice_ciencinfo/es_ciencinf/adjuntos/ciberperiodismo.pdf) (07-03-2009).

PARRA VALCARCE, D. & ÁLVAREZ MARCOS, J. (2004) *Ciberperiodismo*, Madrid: Editorial Síntesis.

QUINN, S. (2005) *Convergent Journalism – The Fundamentals of Multimedia Reporting*, New York: Peter Lang Publishing.

QUINN, S. & LAMBLE, S. (2008) *Online Newsgathering – Research and Reporting for Journalism*, Burlington: Focal Press/Elsevier.

ROSEN, J. (2008) 'A Most Useful Definition of Citizen Journalism', Press Think, [http://archive.pressthink.org/2008/07/14/a\\_most\\_useful\\_d.html](http://archive.pressthink.org/2008/07/14/a_most_useful_d.html) (22-06-2011).

SALAVERRÍA, R. (2005) *Redacción Periodística en Internet*, Barcelona: Eunsa.

SINGER, J. B. *et al.* (2011) *Participatory Journalism – Guarding Open Gates at Online Newspapers*, West Sussex: Wiley-Blackwell.

WARD, M. (2002) *Journalism Online*, Woburn: Focal Press.

ZAMITH, F. (2007) 'Jeff Jarvis: Jornalistas e cidadãos devem trabalhar em rede', <http://ultimahora.publico.clix.pt/noticia.aspx?id=1290049&idCanal> (22-10-2008)

## A interatividade no jornalismo *online* para o conteúdo das notícias - O perfil interativo dos jornais de língua portuguesa Folha de São Paulo (Brasil) e Público (Portugal)

Ariane Parente Paiva (Universidade Nova de Lisboa)

[arianelpb@gmail.com](mailto:arianelpb@gmail.com)

### Resumo

No atual contexto, quando o jornalismo *online* oferece múltiplas possibilidades de interação entre jornais, jornalistas e leitores, persistem muitos desafios na relação com o público e no aproveitamento de uma forte interatividade para o contributo às notícias. Surgem então questões sobre como se efetuam a interação entre jornalistas e o público (os leitores) e a busca da interatividade no contexto de produção e difusão das notícias. Nessa análise, são citadas as experiências de interatividade vivenciadas por dois jornais diários generalistas, referências nos aspectos pioneirismo e inovação tecnológica para o jornalismo *online* em língua portuguesa: o jornalismo brasileiro (Folha de São Paulo) e o jornalismo português (Público).

**Palavras-chaves:** interatividade, jornalismo online, jornalistas, leitores, notícias.

### Introdução

Muitos estudos têm ampliado e avançado a percepção de um conceito essencial de "interatividade", inicialmente compreendido como sinônimo de função e processo, mais fortemente relacionado ao mundo físico da informática. A visão mecanicista e sistêmica, com mais ênfase na máquina e no aperfeiçoamento da interação técnica entre homem e máquina, ou ainda, homem e sistema, marcou os primeiros estudos sobre a comunicação via computadores. A força de um grande mercado de produtos e serviços empurrou o crescimento desses estudos especialmente nas ciências exatas e biomédicas, inicialmente com pouco caráter interdisciplinar.

Nas ciências sociais e humanas, essas condicionalidades técnicas e tecnológicas dos meios foram bem exploradas como ferramentas para os avanços na análise dos aspectos estruturais da comunicação<sup>19</sup>. No que se refere à interatividade mediática em rede, têm relevo

---

<sup>19</sup>Rodrigues (2011) relata que as perspectivas sistêmicas tiveram importante papel para a renovação das ciências humanas, e grande influência na visão de comunicação, rompendo com as abordagens anteriores. Os críticos das

estudos realizados sobre a informação em rede e sociedade (Castells a partir de 1996); o jornalismo em rede (Rafaeli 1997, Lemos 1997, Schultz 2006); interatividade na propaganda, nos negócios/e-commerce (McMillan & Hwang 2002).

Esse trabalho busca concentrar-se na percepção da interatividade como característica inerente à comunicação atual e ao êxito dela: a comunicação *online* e em rede entre jornais e leitores, que deve resultar em benefício do conteúdo das notícias, ou seja, dos modos de participação e contribuição dos leitores/utilizadores (audiência) para os atuais modelos de notícias jornalísticas. O conceito a ser trabalhado aqui será o de uma interatividade como valor indispensável às nossas perspectivas para um novo sentido e uma nova condição da relação jornais-leitores.

Sabemos que a interatividade de leitores com os *media*, com as notícias e com os jornalistas é uma realidade historicamente indissociável da atividade jornalística e que, há décadas, vem evoluindo em novos formatos de interação e participação, como uma parte integrante da trajetória de evolução tecnológica dos jornais, desde o papel até o computador.

Desde os primórdios da chamada grande imprensa – representada inicialmente pelos jornais e revistas no mundo inteiro –, os *media* buscavam garantir o espaço dos leitores, como um dos princípios básicos democráticos do jornalismo na sua atividade diária de ouvir, observar, investigar e reportar à sociedade as diversas histórias sobre os acontecimentos do mundo.

Teoricamente, a interatividade sempre se revelou como o caminho de longevidade e credibilidade dos meios de informação. Nos dias atuais, ela é cada vez mais sinalizada como um fenômeno cheio de potencialidades para a qualificação da interação construída entre utlizadores e os *media* e, assim, igualmente para a qualificação do jornalismo e de suas notícias, em seus valores de noticiabilidade: veracidade, atualidade, abrangência, profundidade, interesse público e garantia de *feedback*.

A cada ano, a publicidade de um jornalismo interativo existente entre nós cresce fortemente, numa corrida competitiva iniciada entre os meios generalistas diários, desde a década de 90, quando ocorreram as primeiras mudanças das notícias via papel propagadas também via internet. A partir de então, lançou-se uma corrida tecnológica e editorial dos jornais para serem referências nas transformações que eram vislumbradas em torno dos modelos de interação com o público, com os seus leitores.

## **A interatividade**

Nos estudos relacionados ao conceito de “interatividade” no campo do jornalismo, encontra-se a melhor definição em Tanjev Schultz (2006). Ao ver a internet com um imenso potencial em criar oportunidades de interação com o jornalismo, o autor define interatividade como uma variável de resposta na comunicação interpessoal e social. Schultz denomina a interatividade (em rede) como sendo uma característica de resposta, ou seja, de possibilidade

---

abordagens sistêmicas alertavam para a necessidade de perceber a complexidade dos processos comunicacionais, valorizando-os numa abordagem fenomenológica.

de *feedback* na interação entre as pessoas e os *media* e, assim, entre a sociedade, ressaltando a visão de seu valor de conversa, diálogo, num modelo de comunicação ampliado na ideia de muitos para muitos e, não mais somente, de um para muitos, como no modelo tradicional de comunicação unidirecional dos *media*.<sup>20</sup>

Here interactivity can be understood as a formal element of (unmediated or mediated) conversations. While it is often perceived as a characteristic of dialogue, interactivity is limited neither to two people nor to face-to-face communication. It can be seen as a variable of responsiveness in interpersonal and societal communication. (SCHULTZ, 2006. p. 06)

No avanço de seus estudos, Schultz (2006) e também McMillan & Hwang (2002) levantam uma questão das mais importantes para pensarmos. Esses autores citam a existência de uma "interatividade ilusória".

Ao realizar uma análise exploratória no conteúdo de 100 jornais *online* dos Estados Unidos, Schultz lança uma importante discussão sobre o desafio de se proporcionar interatividade dentro do jornalismo, ao questionar se as empresas de comunicação realmente exploram a contento os seus canais de interação, ou se oferecem, na verdade, um simulacro de interatividade.

Sua lógica é a de que o jornalismo somente será interativo se adotar uma verdadeira inserção do leitor no seu processo de comunicação interno e externo, indo além da reação. O autor conclui que esse é o maior desafio do jornalismo *online*, pelo fato de que nem todos os níveis de interação proporcionados nesse contextogarantem realmente a interatividade.

Schultz observa que há uma ilusão de interatividade na maioria dos jornais em seus meios tecnológicos de interação. Afirma que esses meios são utilizados ainda dentro de um formato tradicional de comunicação, que faz a via única emissor-receptor e que não oferece uma verdadeira troca de informações, participada por muitos.

Schultz vê a limitação ainda existente nos meios *online* em suas "simbólicas opções interativas", que seriam opções de ação subutilizadas em detrimento de uma ação maior, que envolve o diálogo e a conversação entre os leitores/utilizadores e o jornalismo. Segundo o autor, o jornalismo poderia explorar melhor os seus meios de interação. Ele escreve:

"Navegar na World Wide Web, clicando e selecionando a partir de diferentes hiperlinks em si não é a interatividade. Conforme exigido pela DP Noth (1996), o significado de interatividade é elevado 'para além de um clique' (...) Interatividade requer um segmento de mensagens, isto é, uma cadeia de mensagens interrelacionadas. O grau em que a comunicação transcende a reação é fundamental". (Schultz. 2006. p. 03)

Em uma pesquisa na área da propaganda, feita pela Universidade de Tennessee, McMillan e Hwang Jang-Sun (2002) desenvolveram escalas para operacionalizar a abordagem

---

<sup>20</sup> O conceito de Schultz é anteriormente lançado por Rogers (1986), Rafaeli (1988), Rafaeli e Sudweeks (1997), que definem interatividade como "uma cadeia de mensagens interrelacionadas", para onde vários lados enviam mensagens, numa reação à comunicação, gerando *feedbacks*.(In Schultz. 2006)

baseada na percepção de interatividade em consumidores de anúncios. Na pesquisa, foram utilizados quatro tipos de interatividade, baseados em cruzamento de controle do utilizador e de direção de comunicação: monólogo, *feedback*, diálogo ágil e discurso mútuo. Após observação e análise das escalas, os pesquisadores constataram grandes limitações na interação dos consumidores com os anúncios. "A construção de mensagens de publicidade interativa requer o desenvolvimento de novas formas (...) Este estudo sugere que uma nova estética vai surgir, uma estética que incorpora conceitos como conversa em tempo real, a velocidade de carregamento e capacidade de envolver o consumidor", concluíram os pesquisadores. (2002. p. 06)

Antes disso, outros autores já haviam estudado a interatividade na comunicação em grandes grupos de utilizadores, a exemplo de Steuer (1992), Zack (1993), Rafaeli (1997) e Jensen (1998). A ideia de "envolvimento", "engajamento", "fazer parte de" está presente na trajetória e evolução das pesquisas desses estudiosos sobre o tema.

As definições de Schultz, Steuer e Jensen convergem no ponto que se refere à capacidade e existência reais de diálogo, bem como a influência do utilizador na forma e no conteúdo da comunicação mediada, numa ação concretamente democrática. (McMillan e Hwang Jang-Sun. 2002)

Essa visão de continuidade, de potencial contínuo, foi explorada por Rafaeli (1997), em seus importantes estudos que conceituam a interatividade além de uma característica do meio, um verdadeiro "fenômeno da mediação", "envolvimento", "socialização". Para o autor, interatividade é uma construção processual relacionada com a comunicação. "A interatividade é um *continuum*, uma variável, não apenas uma condição" (1997:04). Rafaeli indica que a produção de significados a partir do exercício pleno da interatividade poderia promover uma grande ajuda na construção de meios de comunicação mais democráticos: "A interatividade coloca compartilhados contextos interpretativos no papel principal. Interatividade descreve e prescreve a forma na qual a interação conversacional como um processo interativo conduz ao significado produzido conjuntamente". Cita ainda: "as características formais de comunicação totalmente interativa podem significar em mais igualdade entre os participantes e uma maior simetria do poder comunicativo de duas vias. (...) A obtenção do consenso democrático está relacionada com opiniões que não são apenas anunciadas, mas discutidas abertamente e livres de distorções". Rafaeli, 1997 (*In*: Schultz. 2006).

O pesquisador brasileiro André Parente (1999), Doutor pela Universidade Paris VIII, já revelava sua preocupação dentro da ciência da comunicação em avançar os estudos do poder da comunicação dos nossos *media* sob o prisma da interatividade. Parente cita pelo menos dois tipos de interatividade e, num deles, define como "interatividade forte": "A primeira depende das diversas formas de relação hipertextual (...). Uma segunda forma se faz em função das possibilidades que o sistema oferece ao usuário para interferir e transformar o texto, em que o leitor se torna coautor do texto" (Parente, André. Revista Famecos. 1999). E é essa interatividade forte tão bem comentada pelo autor que indica um caminho potencial ainda a ser percorrido pelos meios jornalísticos.

Outro importante estudioso da matéria, o brasileiro Palácios (2003), remete-nos ao caráter processual da comunicação interativa citado por Rafaeli e alerta para uma realidade existente hoje entre os grandes meios de informação, que pouco têm fortalecido a sua prática de interação com o público. Ele diz: “O uso generalizado e efetivo dos recursos de multimídia, interatividade e outras potencialidades abertas pelas redes telemáticas para os produtos midiáticos disponibilizados na Internet parece ter ficado aquém das promessas e expectativas da primeira metade da década de 90”.

Em outras de suas análises, Mielniczuk & Palácios (2003) destacam que no jornalismo *online* não se pode falar simplesmente em interatividade e, sim, em uma série de processos interativos. Lemos (1997) e Mielniczuk (1998) adotam também o termo multi-interativo para designar o conjunto de processos que envolvem hoje a situação ideal de interatividade do leitor. Esse conjunto de processo, segundo eles, é uma série de processos diferenciados que ocorrem em relação à máquina, à publicação e a outras pessoas por meio do computador conectado à internet. (Lemos, 1997; Mielniczuk, 2000).

Em importantes estudos, Primo (2000) refere-se à necessidade de se compreender e adotar a interatividade como “participação ativa e recíproca”, onde o interagente (no caso aqui, o utilizador) possa verdadeiramente participar da construção do processo da comunicação. O autor distingue dois modelos: um modelo que é *interativo mútuo* e outro que é *interativo reativo*. Em seu argumento, o modelo de sistema interativo *mútuo* seria aquele mais aberto, que daria ampla autonomia ao utilizador, enquanto o reativo seria fechado e portanto, contaria com uma quantidade de escolhas já definidas previamente pelos *media*.

### **Análise do Perfil Interativo em Jornais de Língua Portuguesa: Folha de São Paulo (Brasil) e Público (Portugal)**

A análise feita nas interfaces dos jornais levou em consideração conteúdos sob a atenção dos critérios-valores das notícias como veracidade, abrangência, profundidade e *feedback*, muito mais que outros valores como atualidade ou interesse coletivo. As análises dos jornais Folha de São Paulo (Brasil) e Público (Portugal) foram feitas em 300 edições, no período de março a outubro de 2012, com atenção à leitura e análise em edições consecutivas, abrangendo inclusive dias de fins de semana, a fim de obter uma percepção mais linear e fiel sobre a interação construída dia após dia, entre os jornais e seu público, através de edições seguidas.

Os dois jornais de língua portuguesa [www.folhaonline.com.br](http://www.folhaonline.com.br) e [www.publico.pt](http://www.publico.pt) foram escolhidos por serem em seus respectivos países (Brasil e Portugal) referências no pioneirismo do jornalismo *online* e no uso de novas tecnologias de acesso e de inovações para interação entre a redação e os seus leitores/internautas. Este não é um estudo comparativo entre os dois jornais; mas sim analítico, sobre os contextos vivenciados por cada um deles, em torno da interatividade com seus públicos (leitores/utilizadores).



Outro aspecto motivador para escolha desses dois estudos de casos é o grande desafio que esses jornais enfrentam atualmente nas questões ligadas à sua interlocução com os leitores, no que se refere ao *feedback* da redação, ao ambiente pleno de diálogo entre jornais, jornalistas e leitores e também às ações desenvolvidas para integrar os leitores, numa proposta editorial que se define teoricamente como mais aberta e democrática. Essa tem sido uma tendência global e transversal anunciada por jornais de diferentes países e continentes.

Constata-se a partir da análise que a interação com os leitores tem sido mais abrangente, graças à adoção de inúmeras plataformas digitais e de novas práticas da redação. No entanto, vê-se que esse amplo acesso à internet ao longo dos anos não transformou o conteúdo os modos de interação do jornalismo praticado pelos jornais com o público. A interatividade, como uma dimensão que pode qualificar o jornalismo no presente e no futuro, ainda se encontra limitada em sua potencial ação mediadora de agendamento e difusão dos temas sociais que podem se tornar notícias, bem como na promoção de novas formas de produção de notícias, que podem surgir do público para o público.

Os dois jornais oferecem em seus sites de notícias uma gama de canais de interação com o público, que estimula a participação instantânea dos leitores. A porta de início para qualquer tipo de interação está visível ao leitor nos links de suas primeiras páginas *online* e ao longo de todas as notícias, a exemplo de "Comunicar Erros" ou "Corrigir", "Compartilhar" ou "Partilhar", "Comentar", "Enviar por e-mail". Mas a interação através das redes sociais tem sido crescente no caso dos jornais. A funcionalidade para atrair os leitores ao *media* pelas redes sociais (Facebook, Twitter, G+, Youtube) tem sido cada vez mais utilizada pelos leitores e pela redação em especial graças ao grande poder de partilha e de difusão das informações. O ato de convidar o leitor para interagir nas redes sociais é hoje uma ferramenta bastante divulgada na interface do jornal e tem sido eficaz para a partilha das notícias entre leitores em rede. O Facebook leva sempre a preferência dos leitores por ser a rede social de maior utilização pelos internautas atualmente. Em 2012, a Folha divulgou a marca de 900 mil fãs em sua página no Facebook.

Além do Facebook, os dois jornais ampliaram as fontes de acesso com novos aplicativos para tablets e smartphones, que tornou possível ao leitor acessar a edição *online* de outros aparelhos, com atualizações mais rápidas. Com a inovação, a proposta é que o leitor esteja mais perto das notícias e leia facilmente a seleção, feita pelo jornal, de reportagens, artigos, análises e conteúdos dos colunistas. O jornal português *Público* vivenciou 2012 como um ano de novas mudanças no site, com investimentos nos modelos estruturais de interação com os leitores, disponíveis também agora para os dispositivos móveis. Uma iniciativa adotada pelo jornal por perceber e reconhecer algumas deficiências na sua comunicação com o público, entre elas a necessidade de acompanhar as novas tendências e gerar uma maior aproximação e troca com os leitores. Com um novo site, propõe uma potencialização das chances de escolha do leitor, participando na edição com autopublicação, partilha e difusão dos conteúdos do jornal em novo formato adequado aos novos dispositivos móveis, através de recursos de

interação do jornal e também das redes sociais. A Folha segue o mesmo caminho, com investimentos semelhantes, a partir de 2011.

A inovação revoluciona por ampliar o número de fontes de acesso. Os os formatos, porém, de interação dos leitores não mudam com o acesso do jornal por outras plataformas e suportes, apenas mudam a disposição dos *links*, bem como dinamizam a instantaneidade da interação.

Grande parte dos comentários postados e das partilhas de notícias refere-se às que estão destacadas no site, na área principal de leitura, dedicadas quase sempre aos temas Política, Economia, Esporte, Polícia e Entretenimento. Assim segue a mesma estrutura em todos os comentários das notícias, em que os leitores usam o espaço de interação para falarem entre si sobre o tema da notícia ou outros, sem necessariamente interagirem com a redação ou com os jornalistas, fontes ou colaboradores. Porém, para esse propósito, os jornais abrem muito esporadicamente um debate público, em forma de *chat* ou fórum com especialistas e um número limitado de leitores participantes. Ainda há pouco inventivo ao exercício de diálogo entre leitores e *media*.

Na análise dos jornais, identificam-se sinais de uma interação ativa nos leitores. Ativa porque considera-se que é o leitor quem inicialmente lança sua proposta de debate ou diálogo entre outros leitores, e entre eles e a redação, provocando a perspectiva de um *feedback* de rejeição, moderação ou aceitação do seu conteúdo. A notícia já publicada está ali aparentemente como um texto final, contudo, permanece reservado o seu caráter de instantaneidade, porque no *online* as alterações e acréscimos são possíveis a qualquer instante pela redação. No entanto, esse efeito não se concretiza na maior parte das vezes.

Com perfil sempre mais participativo, o leitor é quem dá o primeiro passo a caminho da interação, quem faz seu primeiro comentário, lançando um contraponto à notícia, seguido por uma diversidade de comentários de outros leitores. Essa trajetória nos faz pensar obviamente que o leitor produz uma interação ativa porque é o primeiro e o principal agente dela, pois a recebe e depois a envia de volta, em formas diferentes de discursos e sentidos. Sem esse agente ativo, não haveria esse grande contraponto à notícia, que os espaços dos leitores e os seus comentários têm proporcionado. Nos comentários, é possível presentir muito das impressões dos leitores, desde seus sentimentos, interesses e subjetividades sobre os acontecimentos.

Observa-se, porém, um outro cenário dentro deste. O leitor oferece um alto grau de interação reativa, como se em sua participação somente reagisse ao que está posto à sua frente, isto é, às notícias já produzidas e publicadas pelo jornal. Nessa interação reativa, o leitor reage à notícia que já existe, ou seja, reflete ao que já de certo modo está refletido, dentro da própria construção do ângulo da notícia. Ele participa numa forma de reação ao tema da notícia, à construção da notícia e aos comentários de outros leitores. Aqui, o leitor é também um reagente dentro da sua ação como leitor participativo, acaba por projetar em sua ação apenas o que já está proposto. O leitor, ao reagir e opinar bem ou mal sobre a notícia, de todo modo, apenas amplia a repercussão, a propagação da notícia. Através de milhares de

comentários sobre seus conteúdos, os leitores promovem uma avalanche de opiniões, informações e inscrições, construindo eles próprios um contexto de reação, em que refletem, através de críticas, uma insatisfação por serem como que arrastados, aproveitados pelo jornal como meros difusores da notícia.

Numa consulta aos jornalistas dos dois jornais, foram levantadas questões sobre o comportamento para a interatividade. Os profissionais consultados consideram que o jornalismo *online* melhorou a comunicação entre *media* e público, mas acreditam que há muito o que melhorar na interatividade dos jornais com os leitores. Consideram que o jornal onde trabalham tem oferecido número e qualidade de canais suficientes para promover interação, mas afirmam não estarem seguros de que os jornais são meios realmente interativos, ou seja, no que se refere a absorver questões enviadas pelos leitores nas notícias. Admitem que a aproximação proporcionada pela internet não é, nem de longe, a ideal, mas que trouxe boas conquistas como permitir que os leitores conhecessem mais sobre o trabalho jornalístico e, assim, contribuíssem melhor para o seu êxito.

Nesse contexto, notam-se casos em que os jornalistas são críticos quanto à sua própria imaturidade na interação com os leitores, considerados por muitos jornalistas como alguém que atrapalha mais do que ajuda no processo de produção das notícias, desde sua fase de apuração, verificação, edição e continuidade da notícia para as edições seguintes. Assim, com relações tão incompatíveis, os jornais acabam por não conhecerem bem os seus leitores, e não fidelizá-los como fontes promissoras de boas informações diárias e potenciais aliados na investigação dos acontecimentos.

Esse baixo nível de interação tem relação direta com o interesse dos jornalistas. Estando diariamente em busca dos acontecimentos para as notícias, muitos preferem investir maior parte do seu tempo em diálogos ou conversas diretamente feitas com as fontes oficiais da informação a fazê-lo com a informalidade dos leitores, mesmo aqueles mais fiéis e confiáveis. Alegam que não confiam nas informações que os leitores lhes enviam e, por outro lado, ressentem-se de que os leitores confiam cada vez menos nos objetivos dos jornalistas e dos jornais. Acusam uma imaturidade dos leitores no momento e no uso dos espaços de interação, de diálogo com a redação e com o próprio público, ao usarem ainda comentários marcados por opiniões xenófobas, homófobas, racistas, caluniosas, entre outras situações de preconceito que em nada ajudam ao bom jornalismo e aos interesses da sociedade.

Os profissionais destacam que é preciso ter uma preocupação com a ética e a técnica da investigação do jornalismo. Segundo eles, muitas informações falsas ou equivocadas chegam à redação ou são enviadas diretamente aos jornalistas, todos os dias. Muitas vezes, atrapalham a qualidade dessa relação. Todas elas exigem sempre a averiguação e alterações sobre o modo como os leitores relatam as notícias, consideradas pelos jornalistas como narrativas pessoais, parciais, com juízo de valores, o que compromete a qualidade da informação. O cuidado é sempre tenso e dobrado nas redações quanto a esse método.

Com tanta moderação e controle, nota-se que os conteúdos enviados por leitores está na maior parte das vezes distante das notícias principais de primeira página ou dos destaques

do topo ou do lado direito do site, locais de campo visual privilegiado dos noticiosos *online*. Na maior parte dos casos, é um conteúdo subliminar, imerso no interior da edição *online*, e em geral, sem muito destaque, reservado em seção específica.

Porém, há edições em que o leitor conquista, ainda que timidamente, uma maior importância para as notícias. Isso acontece durante os casos de coberturas extraordinárias, aquelas em que a equipe de reportagem não consegue chegar ao acontecimento, em tempo hábil, por diversos fatores; e recorre à colaboração do seu público para obter uma cobertura mais ampliada e com mais alcance, como nos grandes eventos sociais, que exigem uma edição plural, com a opinião dos cidadãos. Os casos em que os leitores estão mais visíveis como participantes ou colaboradores das notícias da edição da *Folha* estão em geral nas situações ligadas ao trânsito nas cidades, às intempéries da natureza, à política, aos campeonatos esportivos e aos grandes eventos sociais. Esses eventos de grande impacto noticioso forçam uma maior abertura à publicação de conteúdos dos leitores, em nome da pluralidade, mas, evidentemente, se devem à necessidade dos jornais.

Em comentários postados, leitores reclamam de tantos obstáculos, como a moderação e o controle dos conteúdos enviados à redação. Afirmam que a resposta dada pela redação, ou o direito de resposta ou contribuição feita à notícia, é sempre publicada de forma diferenciada do que foi dada ao destaque da notícia anterior. Há casos em que não chegam a ser publicadas, segundo outros reclamantes. Na prática, o exercício de uma postura interativa de jornalistas com leitores ainda é algo novo e imaturo, se compararmos a anos anteriores e também com o grande número de seguidores nas redes sociais.

## **Conclusão**

Nas modernas práticas do jornalismo em rede feito pelo *Público* e pela *FSP* persiste ainda uma fragilidade na participação concreta do público nas notícias. O jornalismo tal como se faz hoje por eles não explora a evolução desse relacionamento potencialmente interativo com o leitor, a exemplo do que ocorre em bons resultados de interatividade em práticas do jornalismo cívico nos EUA, sempre com novas experiências, como o Projeto para a Democracia, que aumenta a participação cívica no jornalismo, com imagens e histórias enviadas pelos leitores, numa tentativa de fugir à cobertura clichê da mídia tradicional americana. Essa iniciativa tem sido divulgada por Jay Rosen (2006), professor universitário da New York University e o "pai" do termo "jornalismo cívico", modelo que busca integrar jornalistas e audiências (os leitores) em ações e processos de tomada de decisão na cobertura jornalística (feita por jornalistas), transformando os leitores em colaboradores e, não mais, meros espectadores dos acontecimentos noticiados.

Na prática, os jornais *Folha de São Paulo* e *Público* praticam um jornalismo multimidiático, que não garante ser propriamente um jornalismo interativo.

Com pouco jornalismo cívico, investigativo, abrangente e inovador, o jornalismo tradicional praticado pelos dois jornais parece que continua a perder mais leitores, mesmo com

tantos investimentos na mídia digital. A origem da problemática está no uso que se faz da rede (Bastos. 1998), no proveito que se tira ou não da sua potencialidade de diálogo, de interatividade, e acrescenta-se nesse contexto o caráter dos interesses em torno desse mesmo proveito. A tecnologia, como bem físico, propicia ambiente favorável à plena interatividade, mas, como bem social coletivo e público, ela não se efetua plenamente através do jornalismo, segundo Bastos, um jornalismo ainda marcado por um modelo tradicional e unilateral, ao se utilizar fortemente da rede para difusão de conteúdos massivos, quase todos originados das grandes agências de notícias, das assessorias e relações públicas de grandes empresas e marcas do que propriamente de conteúdos que interessam verdadeiramente à vida das pessoas.

Com todos esses desafios, a maior confiança ainda se volta para os jornais e os jornalistas se compararmos com outros meios. Quando os leitores querem obter informações com mais imediatismo e abrangência sobre determinados assuntos, preferem os grandes jornais a quaisquer outros meios. Os leitores informam-se em primeira mão através das redes sociais, mas procuram os sites dos meios jornalísticos quando querem mais esclarecimentos e informação mais segura.

Traquina (2010) lembra esse sentimento:

“De facto uma vasta literatura sobre a produção noticiosa reconhece o poder do jornalismo, não apenas na projecção social de tópicos, mas também na sua capacidade para enquadrar esses tópicos como recursos para discussão pública (Molotch e Lester 1974). Este poder tornou-se reconhecido como função de agendamento dos *media*.”(McCombs e Shaw 1972)

É com esse crédito de confiança no jornalismo dado por toda uma sociedade que pode ser potencializado o valor da interatividade em benefício do valor das nossas notícias. É sobre esse aspecto que o jornalismo *online* deveria deter sua observação e seus esforços, para que a tecnologia contribua para uma produção mais democrática dos valores nas notícias em rede. Um comportamento mais interativo por parte dos jornalistas seria imensamente útil para o bom futuro das notícias e do jornalismo, bem como todo um amadurecimento da participação dos leitores no jornalismo que se faz hoje.

Entende-se que o mais relevante nesse estudo dos jornais seria levar em consideração que o verdadeiro valor da comunicação via computador em rede representa hoje a própria chance de uma existência longínqua e sólida, baseada em práticas de coprodução e codifusão de seus conteúdos.

## **Bibliografia**

Castells, Manuel (2007). *A Galáxia Internet. Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*. 2ª edição. Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, Manuel (2011). *A Sociedade em Rede*. 4ª edição. Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, Manuel (2011). *A Sociedade em Rede. Do Conhecimento à Acção Política*. Debates.

[http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a\\_sociedade\\_em\\_rede\\_-\\_do\\_conhecimento\\_a\\_acao\\_politica.pdf](http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf)

Bastos, Helder (2000). *Do jornalismo online ao ciberjornalismo: emergência de novas práticas nos media portuguesas*. Lisboa. In: Revista de Comunicação e Linguagens.

Lemos, André. *Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais*. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>

Meditsch, Eduardo (2008). *O Jornalismo como forma de conhecimento: uma abordagem qualitativa*. In: *Jornalismo, História, Teoria e Metodologia*. Porto. Edições Universidade Fernando Pessoa.

McMillan, Sally & Hwang, Jang-Su (2002). [Measures of Perceived Interactivity: An Exploration of the Role of Direction of Communication, User Control, and Time](http://web.utk.edu/~sjmcmill/Research/JAFinal.doc). <http://web.utk.edu/~sjmcmill/Research/JAFinal.doc>

Mielniczuk, Luciana (2000). *Interatividade como dispositivo do jornalismo online*. In: GOMES, Itania Maria Mota; MIELNICZUK, Luciana; OLIVEIRA, Augusto de Sá; SANTOS, Suzy dos. (Org.). *Temas em Comunicação e Cultura Contemporâneas II*. Salvador: EDUFBA.

Parente, André (1999). O hipertextual. Revista Famecos. Nº 10. Porto Alegre.

Palácios, Marcos (2011). *Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo*. Volume 1. Modelos. Labcom Books. 2011

Palácios, Marcos; Mielniczuk, Luciana (2001). *Narrativa Jornalística e Escrita Hipertextual: considerações para um estudo sobre o formato da notícia na Web*. Brasília. Trabalho apresentado no GT de Jornalismo do X Encontro Nacional da COMPÓS.

Palácios, Marcos. *Natura non facit saltum: Promessas, alcances e limites no desenvolvimento do jornalismo on-line e da hiperficção*. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/27/28>

Primo, Alex (2000). *Interação mútua e reativa: uma proposta de estudo*. Revista da Famecos, n. 12, p. 81-92, jun. 2000.

Rafaelli, Sheizaf (1997). [Networked Interactivity](http://jcmc.indiana.edu/vol2/issue4/rafaeli.sudweeks.html). <http://jcmc.indiana.edu/vol2/issue4/rafaeli.sudweeks.html>

Rodrigues, Adriano Duarte (2011). *O Paradigma Comunicacional. História e Teorias*. Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian.

Schultz, Tanjev (2006). [Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1999.tb00331.x/full). <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1999.tb00331.x/full>

Steuer, Jonathan. *Defining virtual reality: dimensions determining telepresence*. *Journal of Communication*  
[http://www.bcf.usc.edu/~kwanminl/courses/comm533/Readings/Steuer%20\(1992\)\\_Defining\\_Virtual\\_Reality\\_JOC.pdf](http://www.bcf.usc.edu/~kwanminl/courses/comm533/Readings/Steuer%20(1992)_Defining_Virtual_Reality_JOC.pdf)

Traquina, Nelson (2004). *A Tribo jornalística. Uma comunidade transnacional*. Lisboa. Editorial Notícias. Lisboa.

Traquina, Nelson (2010) *org. Do Chumbo à Era Digital. 13 leituras do jornalismo em Portugal. Coleção Media e Jornalismo*. Direção: Centro de Investigação Media e Jornalismo. Lisboa. Livros Horizonte.

### **Teses**

Bastos, Hélder (1998). *Jornalismo Eletrônico. Internet e reconfiguração de práticas nas redações*. Tese. 928. Lisboa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Universidade Nova de Lisboa.

Rosen, Jay (2006). Political Ergonomics and the Launch of an Open Source Photo Essay In: Blog Ponto Media / António Granado <http://ciberjornalismo.com/pontomedia/?p=1534> (último acesso / novembro de 2012)

**Imprensa e preconceito: O pensamento abissal nos meios de comunicação e a deslegitimação de grupos sociais**

**Jorge Kanehide**<sup>21</sup> (IJUIM, Universidade Federal de Santa Catarina – Brasil)  
[ijuum@cce.ufsc.br](mailto:ijuum@cce.ufsc.br)

**Resumo**

O indígena, a prostituta, o migrante ou o pobre ainda são “estranhos” aos olhos de setores da imprensa brasileira. Várias motivações de ordem socioculturais colaboram para a criação de estereótipos e a consequente discriminação destes e de outros grupos sociais. Uma dessas razões é um pensamento abissal que ganhou relevância na Modernidade (Santos, 2010), que distingue pessoas entre uma linha imaginária. Assim, estabelece relações de poder e as separa como o culto e o ignorante, o que comanda e o que obedece, o rico e o pobre, o poderoso e o fraco – em outros termos, o colonizador e o colonizado. Este trabalho apresenta casos em que esta postura é reproduzida por órgãos de imprensa, o que coloca em causa alguns de seus compromissos subscritos em códigos deontológicos e em documentos mais gerais, como a Declaração Universal dos Direitos Humanos. Nas próximas linhas, desenvolvo uma discussão sobre o preconceito na imprensa e, para tanto, realizo uma análise crítica de reportagens em que aponto tais inconsistências. Esta é articulada a uma revisão bibliográfica embasada em estudos de Cremilda Medina (2008) e nas Epistemologias do Sul, de Boaventura de Sousa Santos (2010). Como considerações finais, argumento a hipótese de esta herança dos modelos jornalísticos ter raízes nas origens positivistas. Esta é uma forma de contribuir com mais um passo na reflexão sobre as relações entre o pensamento científico moderno e o jornalismo.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Imprensa e preconceito; Ciência e Jornalismo; Boaventura de Sousa Santos.

**Abstract**

The native-brazilian, the prostitute, the migrant or the poor are still "strangers" in the eyes of some sectors of the Brazilian press. Several socialcultural motivations contribute to the creation of stereotypes and discrimination against these and other social groups. One of the reasons for this is an abyssal thinking that has gained prominence in Modernity (Santos, 2010), which distinguishes people according with an imaginary line. It establishes power relations and separates people among well-educated and ignorants, those who command and those who obey, rich and poor, powerful and weak - in other words, the colonizer and the

---

<sup>21</sup>Jornalista; doutor em Ciências da Comunicação/Jornalismo pela Escola de Comunicações e Artes da USP/Brasil; trabalho desenvolvido durante o Estágio pós-doutoral na Universidade de Coimbra/Portugal (2012-2013) com apoio Capes.



colonized. The current work presents cases where this approach was used by the press, which puts into question some of its commitments made to ethical codes and more general documents such as the Universal Declaration of Human Rights. In the following text, I will develop a discussion about prejudice in the media by making a critical analysis of media reports and pointing out such inconsistencies. This is linked to a literature review of studies grounded in Cremilda Medina (2008) and in *The Epistemologies of the South*, by Boaventura de Sousa Santos (2010). In conclusion, I argue that these journalistic models have roots in positivist origins. This is a way to contribute to a further reflection of the relations between modern scientific thought and journalism.

**Keywords:** Journalism, Media and prejudice; Science and Journalism, Boaventura de Sousa Santos.

### **Moderno preconceito antigo**

O homem livre e o escravo, o romano e o bárbaro, o nobre e o plebeu, o suserano e o vassalo. A história da civilização nos mostra quão antiga é a questão das relações de poder e a consequente implementação de processos de categorização social, seja pela vigência de um sistema político, seja por imposição do conquistador sobre o conquistado ou por complexos artifícios de interculturalidade. Esses processos normalmente estiveram envoltos a atitudes discriminatórias como forma de, por um lado, valorizar ou manter o *status quo* de uns e, de outro, minimizar pessoas, lugares ou tradições considerados diferentes ou estranhos. Tais atitudes podem levar à intolerância – falta de habilidade ou vontade em reconhecer e respeitar diferenças – e chegar ao nível do preconceito –juízo preconcebido sobre um grupo sem bases objetivas.

O Movimento Humanista ou Renascentista europeu dos séculos XIV e XV pode ter sido um marco nos esforços civilizatórios e uma preparação extraordinária para a esperança do Esclarecimento. Este último despertou o espírito curioso e propiciou um fabuloso avanço nos vários campos do conhecimento e um admirável progresso material. Mas parece que nem mesmo os princípios Iluministas foram suficientes para a supressão das atitudes de intolerância, discriminação e preconceito. Ao contrário, os conflitos entre estes preceitos e os interesses burgueses acabaram por estabelecer sistemas mais sutis e refinados para operar as relações de poder. O pensamento da modernidade europeia talvez seja fruto e consequência destes conflitos.

Os influxos do iluminismo e os preceitos da Revolução – liberdade, igualdade e fraternidade – repercutiram no povo de forma controversa. O espírito da Ilustração era o de universalizar o saber e influenciou a conquista de transformações político-sociais. A visão que formou a Europa na Modernidade teve então seus percalços. A *liberdade* da Revolução refletiu menos em direitos individuais para consubstanciar-se em liberalismo econômico da burguesia em ascensão, sobrepunhando o caráter de direito à propriedade. A *igualdade*, muito mais que

isonomia de direitos, configurou-se como uniformidade (pensamento único) em detrimento do reconhecimento de diferenças. A *fraternidade*, mais que o conagraçamento e a cooperação, transformou-se em regulação, uma intimidação sutil às iniciativas contra-hegemônicas e às ações emancipatórias.

Acima de tudo, a Modernidade desenvolveu uma moralidade europeia com o destino de ser universal. Esta acabou por reforçar uma mentalidade colonialista temerária –o que era bom e verdadeiro para a Europa deveria ser válido para o resto do mundo. Ali ganhou relevância o que conhecemos como Pensamento Abissal (Santos, 2010), uma linha invisível que separa os diferentes, como o culto e o ignorante, o que comanda e o que obedece, o rico e o pobre, o poderoso e o fraco – em outros termos, o colonizador e o colonizado.

No campo epistemológico, os ideais modernos também ecoaram com vigor. A Revolução Científica vivida na Europa desde o Século XVI propiciou os estudos sobre o universal e o particular de Descartes e Bacon, e a explicação matemática do funcionamento da natureza, de Newton. Estes proporcionaram avanços formidáveis no progresso material e na maneira de pensar e desenvolver as ciências. Na esteira deste movimento, Augusto Comte (1798-1857) teve papel decisivo na aplicação da racionalidade no olhar para a sociedade. Para ele, entendendo que os mesmos postulados alcançados pelas ciências naturais poderiam reger a vida social, o estado positivo, regime definitivo da razão, tem na observação a única base possível dos conhecimentos acessíveis à verdade, adaptados sensatamente às necessidades (*apud* Medina, 2008). Em sua crítica a este pensamento, Boaventura de Sousa Santos argumenta que a ciência moderna tem o monopólio da distinção universal entre o verdadeiro e o falso. Por esta lógica, há que se reduzir os fatos sociais às suas dimensões externas, observáveis e mensuráveis, pois o que não é quantificável é cientificamente irrelevante, o que redundaria na redução da complexidade (Santos, 2010).

As bases para o Jornalismo Moderno foram estabelecidas justamente no Século XIX, quando a Imprensa institucionalizou-se como empresa de comunicação. Esta transformação aconteceu no clima e na circunstância da predominância do pensamento positivista. Esses princípios operaram tanto nas práticas científicas como nas práticas comunicacionais. Como lembra Cremilda Medina (2008), naquele período, os mesmos procedimentos propostos pela metodologia da pesquisa do conhecimento científico transformam-se em gramáticas para a captação e narrativa da contemporaneidade para a difusão nos meios de comunicação social. Esta confluência entre o modo de se produzir conhecimento e as práticas profissionais do jornalismo acarretaram, por um lado, outra dinâmica à narração da vida social, por outro, a incorporação de uma visão de mundo que levou a Imprensa a reproduzir o ideário burguês predominante.

O propósito do presente trabalho é promover uma reflexão sobre o preconceito na Imprensa, em especial sobre alguns setores da Imprensa brasileira que ainda veem com estranheza grupos sociais como o indígena, a prostituta, o migrante ou o pobre. Ao longo deste texto, construo uma argumentação sobre alguns aspectos da Modernidade que podem ter inspirado a manutenção de atitudes preconceituosas nos meios de comunicação.

Considerando que os modelos de jornalismo que praticamos até hoje tiveram suas bases estabelecidas nos Século XIX, ou seja, no berço do pensamento positivista, coloco em tela as influências da ciência moderna nas rotinas jornalísticas.

Além desta discussão, apresento uma amostra de reportagens em que aponto uma série de questionamentos nos pontos de vista ético e estético. Para tanto, devo recorrer a uma série de recursos da Análise Pragmática da Narrativa Jornalística, proposta por Luiz Gonzaga Motta (2007). Como uma adaptação da Narratologia aos estudos do Jornalismo, esta supõe procedimentos como a recomposição do acontecimento, a identificação de conflitos, a construção discursiva de personagens, as estratégias comunicativas, entre outros.

Ao final, devo apresentar as constatações de como o Pensamento Abissal opera na formulação de estereótipos e a manutenção de preconceitos através da atuação da Imprensa, o que colabora para a deslegitimação de grupos sociais. Ao mesmo tempo, este deverá representar mais uma passo visando a reflexão sobre as relações entre o pensamento científico moderno e o jornalismo.

### **O abismo entre visíveis e invisíveis**

Para Boaventura de Sousa Santos, o pensamento moderno ocidental é um pensamento abissal. Este consiste num sistema de distinções visíveis e invisíveis, sendo que as invisíveis são estabelecidas através de linhas radicais que dividem a realidade social em dois universos distintos. A divisão é tal que o "o outro lado da linha" desaparece enquanto realidade, torna-se inexistente, e é mesmo produzido como inexistente. Santos enfatiza que "inexistência significa não existir sob qualquer forma de ser relevante ou compreensível" (2010). A principal característica do pensamento abissal é a impossibilidade da co-presença dos dois lados da linha, pois, para além da linha, há apenas inexistência, invisibilidade e ausência não-dialética. Para o autor, a modernidade ocidental constituiu um paradigma fundado na tensão entre regulação e emancipação social, pelo qual transcorreram os principais conflitos modernos. Simultaneamente a esta, ocorre outra, a distinção entre as sociedades metropolitanas e os territórios coloniais. Enquanto as metrópoles vivenciaram a dicotomia regulação/emancipação, as colônias sofreram a apropriação/violência. Segundo Santos, no entanto, o pensamento abissal moderno salienta-se pela sua capacidade de produzir e radicalizar distinções.

O conhecimento e o direito modernos representam as manifestações mais bem conseguidas deste pensamento. A ciência moderna tem o monopólio da distinção universal entre o verdadeiro e o falso, em detrimento de outras formas de conhecimento. Este caráter exclusivo está no centro da disputa epistemológica moderna entre as formas científicas e não-científicas de verdade. Os conhecimentos populares, plebeus, camponeses ou indígenas desaparecem como conhecimentos relevantes ou comensuráveis. No campo do direito moderno, este lado da linha é regido pelo que conta como legal ou ilegal de acordo com o direito oficial. Este é universalizado e válido para a metrópole, mas deixa de lado todo o território social onde seria impensável como princípio organizador, isto é, o território sem lei, fora da lei, em outros termos, nas colônias. Este espírito vigorou no processo de colonização

de modo a naturalizar tais distinções, ao longo do tempo, mesmo depois da independência dos vários países latino-americanos, asiáticos ou africanos.

Sobre esta naturalização de distinções, Edward Said ressalta que o imperialismo e o colonialismo, além do comprometimento com o lucro, com a circulação e recirculação constantes,

“...permitiam que pessoas decentes aceitassem a ideia de que territórios distantes e respectivos povos *deviam* ser subjugados (...) de maneira que essas pessoas decentes pudessem pensar no *imperium* como um dever planejado, quase metafísico, de governar subordinados, inferiores ou menos avançados” [grifos do autor] (2011).

Ao citar T.S. Eliot, o autor relaciona o reflexo deste estado de espírito às produções culturais de um centro metropolitano que, por sua vez, ajuda a reforçar a ideia original de superioridade europeia. “Nenhum poeta, nenhum artista de qualquer arte, tem seu significado sozinho” (2011). Não seria por acaso, por exemplo, que o clássico *Robinson Crusoe*, de Daniel Defoe, trata de um europeu que cria um feudo para si mesmo numa distante ilha não europeia. Assim também, não seria por acaso que José de Alencar, um ícone do Romantismo brasileiro, em *O Guarani*, se preocupa mais em fabricar um modelo de índio civilizado, despido de suas características reais, do que apreendê-lo em sua concretude. A exaltação heroísmo de Peri, no fundo, reflete a superioridade da fidalguia portuguesa.

O peruano Aníbal Quijano destaca que o eurocentrismo não é exclusivamente a perspectiva cognitiva dos europeus, mas também do conjunto dos educados sob a sua hegemonia (2010). Ora, se o jornalismo moderno teve suas bases estabelecidas na Europa do Século XIX, se estendendo para os Estados Unidos da América e daí para várias partes do mundo, o jornalismo brasileiro assimilou e incorporou não só as mesmas técnicas do fazer, mas também o pensar.

Já da década de 1970, Alberto Dines (2008) ensinava que não existe imprensa boa ou ruim, mas há uma imprensa instalada em um tempo e lugar. Como fatia do mesmo bolo social, a imprensa reflete em suas publicações o pensamento de uma época desta mesma sociedade, de grande parte dessa população que a compõe. Dessa forma, setores da imprensa brasileira têm reproduzido preconceitos antigos, por conta de vários fatores advindos das relações de poder; entre eles devo destacar pelo menos as seguintes motivações: a colonização portuguesa e os confrontos étnicos, e as transformações políticas e econômicas nos séculos XIX e XX.

Como salienta Renato Ortiz (2003), o pensamento moderno europeu ecoa em terras brasileiras já em meados do Século XIX, uma vez que a intelectualidade formou-se, em grande parte, por uma elite que estudou na Europa, em especial na França. Em seus trabalhos sobre a Cultura brasileira e identidade nacional, o antropólogo destaca o que considera mito das “três raças” que teriam dado conformação à sociedade local – o branco (colonizador português), o indígena e o negro. Chama de mito porque a suposta integração esteve longe de ser pacífica ou natural. Ao interpretar os escritos dos antropólogos pioneiros, Ortiz ressalta que estes

descreviam índios e negros já de forma discriminatória. A indolência, apatia e imprevidência eram atribuídas aos “mestiços” em comparação à superioridade da “civilização europeia”. Com a abolição da escravidão, em 1888, o negro passa de trabalhador escravo a trabalhador livre, mas ainda cidadãos de segunda categoria. Com a proclamação da república, um ano depois, houve o esforço para a implantação do sistema econômico capitalista, momento em que o governo começa a estimular a imigração para tentar “branquear” a população nacional.

Na medida em que o colonizado é educado pelo colonizador, tem-se aquele que procura imitá-lo. Este processo secular de “educação” repercutiu na alma brasileira traços marcantes, por exemplo, da moralidade lusitana. A disseminação da doutrina cristã foi tão acentuada que, hoje, em pleno Século XXI, o salão principal da Câmara Federal, ou do Supremo Tribunal Federal, dispõe de crucifixo. Estado laico? Esta moralidade, torna-se moralismo para uma elite conservadora e condena a prostituição ao inferno. No campo do direito e da legislatura, temas como o aborto ou as preferências sexuais são tratados como tabus.

A imprensa brasileira, originalmente de resistência, teve atuação decisiva em movimentos emancipatórios como o abolicionismo e a conquista da república. No Século XX, transforma-se em empresa de comunicação. Em especial a partir da Era Vargas (1930), esta passa a ser mais que veículo de informação para tornar-se instrumento com relações íntimas com os poderes políticos e econômicos (Sodré, 2011). Os programas desenvolvimentistas, desde Vargas, passando por Juscelino Kubitschek (1956-1961) e da Ditadura Militar (1964-1985) favoreceram a sedimentação do regime capitalista e, no campo da comunicação, facilitaram a formação de grandes conglomerados de informação – muitos deles com estreitas relações com o poder constituído. Por isso mesmo, estes grupos têm atuado, com raras exceções, de maneira a conservar o *status quo* e os interesses mercantis.

Por estas razões, o que chamo de setores da Imprensa brasileira, tem naturalizado posturas discriminatórias e preconceituosas, assim como suas práticas – como uma produção cultural educada sob essa hegemonia – colaboram para tal naturalização. Como podemos notar em casos a seguir:

**Índio é um transtorno**– A questão indígena no Brasil tem sido tratada por alguns órgãos de comunicação social como um “problema”, um inconveniência como um algo dado. Naturais da terra, várias etnias foram escravizadas, dizimadas, expulsas de seus lugares em nome do “progresso”. Para corrigir os equívocos do passado, a Constituição de 1988 estipulou prazo para regulamentar a demarcação das reservas indígenas que oferecessem condições mínimas para a sobrevivência física e cultural destes povos. Em decorrência das pressões de ruralistas e outros grupos econômicos, grande número de reportagens contestam, de várias maneiras, o processo de demarcação destas reservas, numa espécie de campanha anti-indígena. A reportagem especial da revista *Veja*, de 5 de maio de 2010, é um exemplo emblemático:

## **A farra da antropologia oportunista**

Critérios frouxos para a delimitação de reservas indígenas e quilombos ajudam a engordar as contas de organizações não governamentais e diminuem ainda mais o território destinado aos brasileiros que querem produzir

Pelos procedimentos propostos por Motta (2007), já a partir do título e do olho nota-se como a reportagem constrói a trama e caracteriza os personagens. Percebe-se a contestação de critérios de órgãos oficiais e insinua que o índio é improdutivo. Claro que esta visão não é exclusiva a *Veja*. Uma sequência de matérias da revista *IstoÉ* também ajuda a compreender a dimensão desta "campanha":

Índios invadem sede da Funai contra extinção de postos - 12/01/2010

Índios invadem sede da Funai em Curitiba - 12/01/2010

No Paraná, índios ameaçam atear fogo em torres - 14/01/2010

Índios mantêm funcionários da Funai reféns no MS - 24/03/2010

Índios são presos no RS acusados de roubar banco - 04/06/2010

Índios fazem cem reféns em obras de hidrelétrica no MT - 25/07/2010

(*Revista semanal IstoÉ - versão online, de janeiro a julho/2010*)

Ou seja, num pequeno espaço de seis meses, o semanário disseminou de forma intensa a ideia de que "o índio é um transtorno". Em situações como estas, vários veículos de comunicação procuram reforçar vários estigmas associados ao indígena, como o da preguiça, da vida despreocupada, do pouco gosto pelo trabalho. Como lembra Santos, a estranheza do europeu aos diferentes remonta ao período colonial, o que conduziu à própria negação da sua natureza humana. "Com base nas suas refinadas concepções de humanidade, os humanistas dos séculos XV e XVI chegaram à conclusão de que os selvagens eram sub-humanos" (Santos, 2010). Ao reforçar estereótipos, estes órgãos de comunicação instigam a intolerância, colaboram para a naturalização do discurso preconceituoso contra o indígena.

**Prostituta é imoral** – O Ministério do Trabalho e Emprego brasileiro reconhece o trabalho sexual como profissão. Desde 2002, a Classificação Brasileira de Ocupações traz em seu item 5198 a expressão "profissionais do sexo". Consequência de intensa mobilização da sociedade civil, esta normativa quebra tabus e representa um enfrentamento ao discurso moralista que sempre perseguiu essas trabalhadoras. E continua a perseguir. Não só por representações no congresso nacional, por entidades de classe e, por que não, por setores da imprensa. Seja pela apresentação de personagens de forma estereotipada, seja pela malícia na descrição das pessoas, ou pela insistência em associar essas mulheres às situações de violência ou imoralidade.

A edição especial do jornal *Correio Braziliense*, em agosto de 2005, é exemplar. Uma proposta nobre e ousada visava mostrar a situação de filhos de profissionais do sexo na região Centro-Oeste, mas acabou por comprometer e expor as mulheres de maneira desnecessária, como também contribuiu para reforçar estigmas e promover generalizações equivocadas. Uma das reportagens, intitulada "Filha da pistoleira", tratou do tema com refinadas e irônicas concepções. A intenção era contar a história de uma mulher dona de uma casa noturna e que

sua filha era dançarina. A narração chula e cheia de malícia chega ao nível do deboche, como no trecho a seguir:

Maria Aparecida Paes não espera o demo. Vinga-se antes. Levanta a blusa, mostra o trabuco na cintura e anuncia o *striptease* mais aguardado da noite. "Ninguém pode encostar na dançarina. Quem desobedecer, toma bala".

Os clientes obedecem. Já viram a cafetina atirar para defender as curvas de sua herdeira. Karina Gabriela, 18 anos, morena que trocou o colégio pela fantasia sexy de colegial, arranca uivos dos admiradores. Termina nua e suada. Agradece e vai para casa.

A fotografia que ilustra a matéria é de extremo mau gosto. Mãe e filha, abraçadas, ambas com revólveres a mão apontando uma para a outra. Vale lembrar que, no Brasil, "pistoleira" é um termo pejorativo aludido à prostituição.

Reportagens como esta permitem intuir que grande parcela da população mantém resistência à prostituição, seja por preceitos religiosos ou princípios moralistas. Ainda que o Ministério do Trabalho e Emprego, portanto, o Governo Brasileiro, respeite o trabalho sexual como profissão, setores da Imprensa, deliberadamente ou não, atuam de forma a reforçar estereótipos e manter o preconceito. Em outros termos, como já caracterizou Santos, excluir, tornar invisível, aumentar o abismo ao não existente, o que está do outro lado da linha imaginária.

**"Moradores de rua" e outros excluídos** – A pesquisadora Suzana Rozendo, em seu trabalho *OCAS* e *HECHO EN BUENOS AIRES*, descreveu as vivências de pessoas em situação de rua (a nomenclatura mais aceita para essas pessoas). Assim também narrou de maneira lúcida as diversas formas com que são tratadas pela população – e por veículos de comunicação.

Ao recorrer ao estudo de Cleisa Rosa, mostrou um cuidadoso levantamento das expressões utilizadas por jornais e revistas por três décadas em São Paulo. O tratamento da população e, conseqüentemente dos jornais, nos primeiros anos, aludiam a essas pessoas termos como desabrigados, pedintes, vadios, indigentes, mendigos, alcoólatras e marginalizados. No período seguinte, o vocabulário que prevaleceu era de moradores de rua, sem-teto, boiasfrias, catadores de papel, população itinerante, trecheiros, bêbados, doentes mentais, bandidos, contraventores e marginais. Na última década pesquisada, eram correntes as formas habitantes de rua, maloqueiros, desocupados, desempregados, garis-mendigo, mendigos-gari, guardadores de carro, andarilhos, loucos, loucos de rua, albergados, desassistidos, ladrões, excluídos, fauna de deserdados, flagelados, homens-barata, homens-rato, homenstatu, idosos e velhos de rua. Nota-se, portanto, que todas as formas de tratamento ganhavam conotação de algo mau, o tom pejorativo que desqualifica o ser humano.

A pesquisadora avançou e, ainda que tenham surgido expressões mais amenas para referenciar tais pessoas, Suzana Rozendo relata que o tom negativo permanece nestes primeiros anos do século XXI, como em títulos de reportagens como "Morador de rua é assassinado a pedradas em Maceió". Aqui percebe-se não só o termo *morador de rua*, como

uma construção com apelos ao sensacional. O esforço de Suzana no capítulo em que discutiu o “Universo das pessoas em situação de rua” foi o de esclarecer que há muitas diferenças e circunstâncias para pessoas viverem ou estarem na rua. Conflitos familiares, perda de emprego, desequilíbrios emocionais por perda de ente querido, ou mesmo por opção de vida são alguns dos inúmeros motivos. Grande parcela da população – e da Imprensa –, no entanto, tratam-nos de maneira generalizada e, geralmente, associam-nos à vadiagem, à bandidagem e à violência.

A exclusão de um sem número de pessoas em grandes centros urbanos que vivem nessa situação é reforçada pelos estereótipos aqui mencionados. E os órgãos de comunicação, por sua vez, têm se encarregado de amplificar tais preconceitos que, pela persistência desse discurso classificatório, ao invés de promover o diálogo afasta cada vez mais os diferentes. Com base em Quijano, pode-se dizer que setores da Imprensa têm ajudado a naturalizar a concepção de humanidade da colonialidade eurocêntrica, segundo a qual “a população do mundo se diferenciava em inferiores e superiores, irracionais e racionais, primitivos e civilizados” (2010).

### **O cavalo paraguaio**

O pesquisador Mauro César Silveira, em seu artigo “As marcas do preconceito no jornalismo brasileiro e a história do *Paraguay Illustrado*”, descreve uma série de situações em que o povo guarani é vítima de estereótipos e preconceitos. Ideias preconcebidas teriam sido cristalizadas no imaginário popular desde a guerra da Tríplice Aliança – Brasil, Uruguai e Argentina –, nos finais do Século XIX. Os exemplos narrados por Silveira vão desde o estigma da “falsificação” ou o “fundo do poço”. O primeiro pela razão de aquele país possuir zonas de livre comércio em que são comercializados produtos falsificados em várias partes do mundo (mas nunca no próprio Paraguai), e o segundo por ter sofrido da devastação de uma guerra que dizimou cerca de 300 mil pessoas entre os conflitos, epidemias e a fome.

Os exemplos citados pelo autor destacam que, mesmo em pleno Século XX, não só a população, mas como parlamentares e a imprensa mantêm tais preconceitos. Um deles, teria origem no início da própria guerra, quando a armada paraguaia avançou sobre a região de Mato Grosso e teve que recuar. Ali teria surgido a expressão “cavalo paraguaio”. Mais tarde, nas corridas de cavalos, o termo foi ressignificado para atribuir àquele cavalo que tem boa partida, mas que não mantém a mesma velocidade na chegada. Nos campeonatos de futebol, a expressão também é utilizada para representar equipes que têm bom início de temporada e não alcançam as finais.

No presente artigo, analiso mais detidamente a reportagem veiculada pela emissora *SporTV*, canal por assinatura especializada em esportes. Durante a Copa do Mundo de Futebol de 2010, na África do Sul, a seleção paraguaia avançava com vigor em direção às semifinais da competição. A modelo Larissa Riquelme, contratada por uma empresa para promover seus produtos durante as transmissões dos jogos, nas praças de Assunção, ganhou visibilidade pela sua beleza e pelos detalhes de suas roupas.



Larissa angariou maior torcida quando anunciou que desfilaria nua caso o Paraguai chegasse às semifinais da competição. A Imprensa brasileira deu grande ênfase a sua promessa e a emissora *SporTV* cometeu abusos em sua reportagem sobre o tema. Ao descrever o Paraguai, a matéria o caracterizou assim:

“O Paraguai nos surpreende a cada dia. É um paraíso obscuro do mundo. Ciudad del Leste é um polo industrial, tecnológico, etílico. É demais, tem de tudo. Para quem não gosta de praia, o Paraguai é um lugar perfeito para gozar merecidas férias. Paisagens deslumbrantes e alta gastronomia. Se você pretende fazer algum investimento financeiro, compre guarani, a moeda local, supervalorizada no mercado de finanças internacional. Gente bonita e simpática desfila pelas ruas. Se você reparar nas fotos da Larissa, só tem ‘pitel’ juntos no retrato. E os homens parecem meio desanimados. É ou não é simplesmente um luxo? Pela evolução das promessas no país do Presidente Lugo, esta nação não tem limite. A promessa de Larissa melhorou muito. No início era um singelo desfile de biquíni e só em caso de título. Mas como todos podemos ver, ela tem generosidade de sobra. Nesse coração tem muito espaço para muito amor pela sua pátria. Vamos Paraguai, é agora ou nunca”.

Conforme os procedimentos sugeridos por Motta (2007), nota-se que o repórter compõe o acontecimento por estratégia comunicativa que, por um lado, explora a sensualidade da personagem, por outro carrega de ironias as características do país. Ao citar “o paraíso obscuro do mundo”, maliciosamente faz referência a uma expressão chula brasileira para simbolizar “fim do mundo”. Quando afirma que “Ciudad del Leste é um polo industrial, tecnológico, etílico”. Refere-se a uma das cidades que dispõe de uma zona de livre comércio em que são vendidos, sem taxas, produtos importados de várias regiões. A zombaria foi usada para acusar que estes produtos não são fabricados ali, insinuando que o país não teria tecnologia para tal. E “etílico” porque ali é comercializada grande variedade de bebidas alcoólicas, especialmente o uísque, muito consumido no Brasil.

Numa linguagem descontraída, a estratégia comunicativa contou com a seleção de imagens “avessas” ao texto, como por exemplo, “o Paraguai é um lugar perfeito para gozar merecidas férias. Paisagens deslumbrantes e alta gastronomia”. Aqui, as imagens que ilustram mostram estradas de chão batido e campos em que sobrevoam urubus; sobre a gastronomia, mostra um ambiente rústico, com um senhor comendo arroz com feijão preto, numa alusão sarcástica a uma alimentação simples. O conflito intencional também aparece na afirmação “compre guarani, a moeda local, supervalorizada no mercado de finanças internacional”. O ar irônico aqui sugere que a moeda, inversamente, tem baixa cotação.

Enfim, a reportagem procura, por meio de chacotas, caracterizar o país como o “fundo do poço”, mas, mesmo assim, tem uma bela mulher que prometeu desfilhar nua caso sua equipe de futebol tenha bom resultado. A seleção de imagens de Larissa sempre exaltam seu corpo. No trecho “...Mas como todos podemos ver, ela tem generosidade de sobra. Nesse coração tem muito espaço para muito amor pela sua pátria”, foca o decote pronunciado de sua blusa, numa exploração ao erotismo da personagem.

Por esta análise, pode-se intuir que, pela malícia e pela ironia, a reportagem foi construída de forma a, primeiro, ridicularizar um país inteiro. Segundo, contrastar o “paraíso obscuro do mundo” com a bela modelo de comportamento “exótico”. Pela história do Brasil e do Paraguai, nota-se que a equipe de reportagem, educada pela colonialidade hegemônica, assume a postura do superior sobre o inferior, do rico sobre o pobre. Reforça estereótipos de que o Paraguai é um país pobre, de uma população de ignorantes e excêntricos.

### **Considerações finais**

Ao longo deste texto, pode-se observar várias razões pelas quais alguns setores da Imprensa brasileira têm adotado este comportamento aqui questionado. Como mencionado anteriormente, os programas desenvolvimentistas adotados no país favoreceram a formação de conglomerados de comunicação, estes comprometidos com os poderes político e econômico. A título de ilustração, somente a Rede Globo, detem 122 emissoras de TV, sendo 117 delas afiliadas; estas levam a programação a 98% dos municípios e a mais de 183 milhões de brasileiros. Além disso, atua na radiodifusão, no jornalismo impresso e online, mercado fonográfico e cinematográfico; a Globo Internacional distribui programas para mais de 130 países, com audiência média de 100 milhões de pessoas.

Como já salientei, os modelos jornalísticos que praticamos ainda hoje tiveram suas bases estabelecidas sob fortes influências da ciência moderna. Ao implementar nas salas de redação os recursos da metodologia científica ganhou em possibilidades de melhor investigação, narração baseada em fatos – técnicas apuradas de reportagem, mas também assimilou seus “efeitos colaterais”. Como sublinha Santos (2010), pela lógica da ciência moderna, há que se reduzir os fatos sociais às suas dimensões externas, com riscos na redução da complexidade, matérias jornalísticas como as aqui discutidas denotam a simplificação de fatos e a falta de abrangência, da contextualização necessária para a melhor compreensão de fenômenos sociais.

As diversas objeções aqui apontadas são claramente expressas em instrumentos, sejam os códigos deontológicos do jornalismo, sejam em documentos mais amplos como a Declaração Universal dos Direitos Humanos. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, vigente desde 2007, estabelece em seu artigo 6º – É dever do jornalista:

XI - defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, adolescentes, mulheres, idosos, negros e minorias;

XIV - combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza.

Estes estão amparados nos princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos, que em seu Artigo II, expressa:

Toda pessoa tem capacidade para gozar os direitos e as liberdades estabelecidos nesta Declaração, sem distinção de qualquer espécie, seja de raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política ou de outra natureza, origem nacional ou social, riqueza, nascimento, ou qualquer outra condição.

Portanto, a conduta de setores da Imprensa aqui condenada, a priori, esbarra em preceitos éticos aprovados pela própria categoria dos jornalistas. Se não bastasse, nesta amostra de reportagens identifica-se a herança do pensamento hegemônico que formou a sociedade europeia da modernidade, quando ganhou relevo o pensamento abissal. Este, ao invés de reconhecer e respeitar diferenças, estabelece distinções e classificações sociais de modo a promover discriminações. Ao invés de propiciar a inclusão social, suas linhas imaginárias separam o empresário que quer produzir riquezas e o indígena vadio e cachaceiro; separam os adeptos da tradição, da família e dos bons costumes da prostituta imoral; separam as pessoas de bem das pessoas em situação de rua; separam brasileiros de paraguaios.

Como ressalta Boaventura de Sousa Santos, o pensamento abissal moderno, evidentemente, não está restrito à territorialidade, mas uma metáfora. Estas linhas imaginárias estão em Lisboa ou em Madrid, em Londres em Nova Iorque, em São Paulo ou em Assunção. Há um norte e um sul entre visíveis e invisíveis.

O autor enfatiza a necessidade de um pensamento pós-abissal, que tenha em conta uma atuação contra-hegemônica, transformadora, emancipatória. No jornalismo brasileiro há quem concorde e faça um bom jornalismo de acordo com tais aspirações. A nós, da academia, cabe a tarefa de manter uma consciência vigilante e uma postura provocadora para denunciar as práticas preconceituosas que tem deslegitimado grupos sociais inteiros.

## **Referências bibliográficas**

Classificação Brasileira de Ocupações - CBO/2002. Ministério do Trabalho e Emprego, Governo Federal. Disponível em <http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/legislacao.jsf> , Acesso em 19 abr 2013.

Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Aprovado em Vitória, em 4 de agosto de 2007. Federação Nacional dos Jornalistas. Disponível em [http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo\\_de\\_etica\\_dos\\_jornalistas\\_brasileiros.pdf](http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf) . Acesso em 20 abr 2013.

Declaração Universal dos Direitos Humanos. Adotada e proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembleia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948. Disponível em [http://www.mj.gov.br/sedh/dpdh/gpdh/ddh\\_bib\\_inter\\_universal.htm](http://www.mj.gov.br/sedh/dpdh/gpdh/ddh_bib_inter_universal.htm) , acesso em 20 abr 2013.

DINES, Alberto (2008). O papel do jornal – Uma releitura. São Paulo: Summus.

Medina, Cremilda (2008). Ciência e jornalismo: Da herança positivista ao diálogo dos afetos. São Paulo: Summus.

Motta, Luiz Gonzaga (2007). Análise Pragmática da Narrativa. In Lago, Cláudia.; Benetti, Marcia. Metodologia de Pesquisa em Jornalismo. Petrópolis: Vozes.

ORTIZ, Renato (2003). Cultura brasileira e identidade nacional. São Paulo: Braziliense.

Quijano, Aníbal (2010). Colonialidade do poder e classificação social *in* Santos, Boaventura de Sousa e Meneses, Maria Paula (orgs). Epistemologias do sul. Coimbra: Almedina;

Rosa, Cleisa Moreno Maffei (2005). Vidas de Rua. São Paulo: Hucitec.

Rosendo, Suzana da Silva (2012). *Ocas" e Hecho en Buenos Aires*: Um ouro tipo de jornalismo na América Latina? Dissertação de Mestrado. Florianópolis: Programa de Mestrado em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina.

Said, Edward (2011): Cultura e imperialismo. São Paulo: Companhia das Letras.

Santos, Boaventura de Sousa (2010). Para além do pensamento abissal: Das linhas globais a uma ecologia de saberes *in* Santos, Boaventura de Sousa e Meneses, Maria Paula (orgs). Epistemologias do sul. Coimbra: Almedina.

Silveira, Mauro César. As marcas do preconceito no jornalismo brasileiro e a história do *Paraguay Ilustrado*. Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v.30, n.2, p. 41-66, jul./dez. 2007.

Sodre, Nelson Werneck (2011). História da Imprensa no Brasil. Porto Alegre: Edipucrs.

### **Reportagens consultadas:**

A farra da antropologia oportunista. Revista Veja, Edição 2163 / 5 de maio de 2010. Disponível em <http://veja.abril.com.br/050510/farra-antropologia-oportunista-p-154.shtml> , consultada 09/01/2013.

Larissa Riquelme – Copa do Mundo de Futebol 2010. SporTV Brasil. Disponível em [http://www.youtube.com/watch?v=DT0zjyKruN0&has\\_verified=1&oref=http%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DDT0zjyKruN0%26oref%3Dhttp%253A%252F%252Fwww.youtube.com%252Fwatch%253Fv%253DDT0zjyKruN0%26has\\_verified%3D1&has\\_verified=1](http://www.youtube.com/watch?v=DT0zjyKruN0&has_verified=1&oref=http%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DDT0zjyKruN0%26oref%3Dhttp%253A%252F%252Fwww.youtube.com%252Fwatch%253Fv%253DDT0zjyKruN0%26has_verified%3D1&has_verified=1), consultada em 13/04/2013.

Revista IstoÉ, versão online, de janeiro a julho/2010. Disponível em <http://www.istoe.com.br/capa> , consultadas em 09/01/2013.

## **Ficha Técnica**

Revista Estudos de Jornalismo

Número 2

**ISSN:** 2182-7044

Site: <http://www.revistaej.sopcom.pt/index.php>

Contacto: revistaestudosjornalismo@gmail.com

## **Editora**

Ana Isabel Reis

## **Sub-editora**

Nair Moreira Silva

## **Conselho Editorial**

(membros do GT Jornalismo e Sociedade da Sopcom)

**António José Ferreira Bento**(Universidade da Beira Interior - Departamento de Comunicação e Artes)

**Felisbela Lopes** (Universidade do Minho)

**Francisco Rui Cádima** (Universidade Nova de Lisboa)

**Hália Costa Santos** (Escola Superior de Tecnologia de Abrantes)

**Helena Lima** (Universidade do Porto)

**Joaquim Fidalgo** (Universidade do Minho)

**João Carlos Correia** (Universidade da Beira Interior - Labcom Laboratório de Comunicação e Conteúdos Online)

**Jorge Pedro Sousa** (Universidade Fernando Pessoa)

**Manuel Pinto** (Universidade do Minho)

**Rogério Santos** (Universidade Católica Portuguesa)

## **Data**

Dezembro 2013

## **Local**

Porto

## **Organização**

Coordenação do GT Jornalismo e Sociedade da SOPCOM

**Nota Editorial:** texto, imagens e referências da responsabilidade dos autores.